MAIO / JUNHO 2017

CRIÁTICA

15

TUDO SOBRE ECONOMIA CRIATIVA

A VERDADE E A ESTATÍSTICA

CRIÁTICA

EXPEDIENTE

A **revista *CRIÁTICA*** é uma publicação bimestral da DVS Editora, distribuída de forma gratuita e digital. Os textos aqui publicados são de responsabilidades de seus autores.

Editor Chefe – Victor Mirshawka
Diretor de Redação – Sergio Mirshawka
Diretor de Publicidade – Alexandre Mirshawka
Projeto Gráfico e diagramação – Grasiela Gonzaga /Spazio Publicidade e Propaganda

CONSELHO EDITORIAL

Branca Barão, Carlos Giordano, Celso Varga, Claudio Viggiani, Daniel Carvalho Luz, Eudes de Freitas Aquino, Flora Alves, Gustavo Chierighini, Humberto Emilio Massareto, Milton Mira de Assumpção Filho, Rodrigo Geammal, Victor Mirshawka Jr.

CRÍTICAS E SUGESTÕES

Se você tem comentários, criticas ou sugestões quanto ao conteúdo editorial, entre em contato conosco.

Sua opinião é muito importante para o aprimoramento da revista *Criática*.

E-mail: criatica@dvseditora.com.br

DVS EDUCAÇÃO

Se você gostou dos assuntos apresentados na revista, entre em contato conosco.

A DVS Educação, tem uma série de cursos relacionados aos temas da revista. Além disso, com o apoio dos nossos autores, podemos moldar um curso de acordo com a suas necessidades.

Tel.: (11) 3833-8880
E-mail: alexandre@dvseditora.com.br

REDES SOCIAIS

Você pode acompanhar a revista *Criática* diariamente nos seguintes endereços:

Portal – http://www.revistacriatica.com.br/
Facebook – facebook.com/revistacriatica
Twitter – @revistacriatica

Através desses canais queremos ouvir sua opinião e comentários sobre os temas da **Economia Criativa**.

PUBLICIDADE

José Carlos Pinheiro - jcarlospin@gmail.com
(11) 5579-1192 / (11) 99112-1097

ASSINATURAS

A **revista *CRIÁTICA*** é também disponibilizada no formato digital pelo site www.revistacriatica.com.br. Acesse e inscreva-se para ficar por dentro das notícias relacionadas a Economia Criatva.

E-mail: criatica@dvseditora.com.br

ANUNCIE COM A GENTE!

Se você gostou do conteúdo da revista e gostaria de anunciar seu produto entre em contato conosco.

Nosso portal pode ser acessado de qualquer lugar do mundo em celulares, tablets e computadores, dando mais visibilidade pra sua marca.

REVISTA CRIÁTICA
criatica@dvseditora.com.br
(11) 3833-8880

EDITORIAL 2 A verdade e a estatística **ARQUITETURA** 6 *Japan House,* um pedaço do Japão em São Paulo **ARTES CÊNICAS** 8 Tony Awards - os ganhadores do prêmio de 2017 **ARTES VISUAIS** 10 Falta gente competente para cuidar dos nossos museus, de apresentar boas peças nos teatros e a cultura está na penúria!!! **ARTESANATO** 12 Finalmente ter-se-á de novo a tapeçaria de Tomie Ohtake **BRINQUEDOS** 14 *Spinner,* o brinquedo metálico sensação do momento! **CIDADES CRIATIVAS** 16 Indaiatuba, um cidade inspiradora ***DESIGN*** 22 Oki Sato brilhou com suas criações na Semana do *Design* em Milão **ENTRETENIMENTO** 24 A elite futebolística da Europa ganhando cada vez mais!!! **GASTRONOMIA** 26 Cresce o número de *chefs* nas calçadas das cidades norte-americanas!!! **HUMOR** 28 Não falarás palavrões, mas parece que vivemos num ambiente propício para o analista de bagé!!! **MODA** 30 O espetacular desfile da Gucci em Florença!!! **MÚSICA** 32 Cantores sertanejos invadem as festas de São João no Nordeste!!! **P&D** 34 O apoio à inteligência artificial no Canadá!!! **P&P** 36 *Cannes Lions* cada vez mais voltada para a economia criativa!!! **SAÚDE** 38 A tecnologia tem ajudado a diminuir os custos dos hospitais e dos cuidados com a saúde **SETOR EDITORIAL** 41 Uma análise da obra de Milo Manara ***SOFTWARE*** 42 *WeChat* expande-se, oferecendo novos serviços **TELEVISÃO** 43 Netflix superou a TV paga dos EUA em número de assinantes!!! **TURISMO** 44 Um filme que exalta o turismo!!! ***VIDEOGAMES*** 46 Sony recupera sua força econômica principalmente por causa dos *videogames*

Por Victor Mirshawka, professor, egenheiro e gestor educacional.

A VERDADE E A **ESTATÍSTICA**

Ao longo de algumas décadas fui professor de Estatística em várias instituições de ensino superior (IESs) de São Paulo. Durante esse tempo, sempre procurei incutir nos meus alunos a importância da prática do **raciocínio indutivo**. De um modo mais específico, refiro-me à capacidade de inferir significado e elaborar conclusões a partir da análise de amostras de conjuntos (ou populações) de dados e de suas origens.

Antes de me tornar um mestre nesse tema, fiz um longo aperfeiçoamento na área, conclui diversos cursos e realizei vários exames de proficiência. Fiz a apresentação de minha tese na Universidade de São Paulo, mais especificamente no seu Instituto de Matemática e Estatística, e escrevi diversos livros sobre o assunto. Todavia, mesmo com toda essa vivência, jamais imaginei que um dia as análises estatísticas pudessem ser feitas como hoje: a partir de uma enorme quantidade de dados ou, simplesmente, do que se chama *big data* (megadados). Essa ferramenta permite que as pessoas infiram (quase sempre de maneira correta) conclusões e compreendam as verdadeiras tendências!!!

Todavia, nem todo esse "arsenal" de dados que a tecnologia nos permite obter (praticamente em tempo real) nos leva a conclusões 100% corretas!?!? E quem há pouco tempo demonstrou isso de forma admirável foi o ex-analista de dados do Google, Seth Stephens-Davidowitz em seu livro *Everybody Lies: Big Data, New Data, and what the Internet Can Tell us About Who we Really Are* (algo como *Todo Mundo Mente: Big Data, Novos Tipos de Dados e o que a Internet Pode nos Dizer sobre Quem Realmente Somos).*

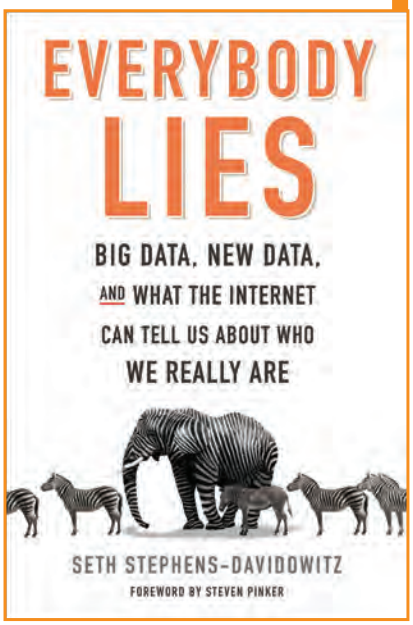
Esse livro foi publicado no início de maio de 2017, nos Estados Unidos da América (EUA), e apresenta ao (à) leitor (a) retratos desconcertantes da moderna psique humana. O fato é que, a partir da análise de dados, embora algumas de suas descobertas confirmem o senso comum, outras o colocam de **"cabeça para baixo"**. Isso se aplica, por exemplo, no caso relatado pelo autor sobre o basquete norte-americano. Segundo ele, são comuns nesse esporte as histórias de jogadores que depois de terem vivido em condições de extrema pobreza na infância, acabaram acumulando grandes fortunas ao longo de sua carreira (para isso, basta verificar a trajetória do extraordinário jogador do Golden State Warriors, Kevin Durant). Entretanto, os dados indicam que, na realidade, uma infância pobre reduz as chances de os garotos chegarem ao basquete profissional, talvez pela tendência de essas crianças mais necessitadas não alcançarem a estatura necessária para a prática profissional desse esporte (!?!?)

Há também resultados que, além de surpreendentes, são perturbadores. Esse é o caso, por exemplo, da prevalência de buscas em *sites* pornográficos por vídeos contendo práticas de violência sexual contra mulheres. Além disso, e o mais inacreditável nesse caso, é que essas buscas são duas vezes mais frequentes entre as **próprias mulheres** que entre os homens!!! Há outras questões igualmente bizarras e inquisitivas, tais como: por que, na Índia, os homens adultos querem tanto ser amamentados por suas mulheres?

De fato, as constatações empíricas apresentadas no livro *Everybody Lies* são tão intrigantes que tornam a sua leitura bastante fascinante, mesmo que o (a) leitor (a) se limite somente a registrá-las. Para esse livro, aplica-se cada vez mais a seguinte conclusão: um livro é atraente quando reúne os **3 Fs**, ou seja: **fatos** (ou fontes e são citadas muitas...), **ficção** (talvez as inferências tiradas das análises não sejam realmente...) e **fantasia** (quem sabe aquela sobre os maridos indianos...).

Porém, o mais importante do livro é certamente a engenhosa tese proposta por Stephens-Davidowitz, de que assim como o microscópio e o telescópio transformaram as ciências naturais, a Internet irá **revolucionar as ciências sociais**. Assim, a microeconomia, a sociologia, a ciência política e a psicologia quantitativa dependem atualmente, e em larga medida, da realização de sondagens com a obtenção de amostras de, no mínimo, alguns milhares de entrevistados. Isso, entretanto, é algo que demora, tem custo elevado e muitas vezes obtém respostas que não são totalmente verídicas...

Neste sentido, ao se referir à *big data* (centenas de milhares de dados ou até milhões), Stephens-Davidowitz salientou: "Esse grande conjunto de dados possui **quatro virtudes singulares**. Em primeiro lugar, ele oferece novas fontes de informação (como no caso das buscas pornográficas); em segundo lugar, retrata o que as pessoas realmente fazem ou pensam, em vez daquilo que elas optam por dizer aos entrevistadores; em terceiro, permite que os pesquisadores concentrem sua atenção em subgrupos demográficos ou geográficos, estabelecendo comparações entre eles; e, por último, possibilita a realização ágil de estudos aleatórios controlados, capazes de apontar não apenas correlações, mas também casualidades.



O incrível livro de Stephens-Davidowitz.

Dessa maneira os cientistas sociais não

precisam mais passar meses recrutando números reduzidos de pessoas para realizar seus testes. Em vez, disso as ciências sociais e comportamentais ganharão escala e, desse modo, as conclusões alcançadas pelo pesquisadores terão caráter verdadeiramente científico, e não mais apenas **'pseudocientífico'**."

Uma coisa porém ficou clara, Stephens-Davidowitz não é um entusiasta inconsequente da revolução do *big data*. Por isso, ele não se esquiva de apontar os equívocos aos quais os grandes conjuntos de dados serão capazes de induzir os tomadores de decisão, na medida em que recorrerem de forma abusiva ao *big data*. Como, por exemplo, o de considerar o interesse por motocicletas como um bom indicador de baixo QI (quociente de inteligência), mas que, segundo o autor, não deveria levar as empresas a descartar candidatos a emprego que admitissem não gostar de motocicletas.

Assim, a recomendação de Stephens-Davidowitz é de que haja bastante cautela no uso do *big data* (megadados), sempre que essa ferramenta for utilizada não apenas para análise de dados, mas for aplicada a grandes agrupamentos de indivíduos como insumo principal na tomada de decisões que influenciem suas vidas.

Hoje, a proliferação dos satélites de baixo custo e os avanços da aprendizagem de máquina ("*machine learning*") permitem aos analistas de **megadados** examinar milhões de imagens de satélite por dia. Assim, fotos de carros estacionados nos pontos de venda de grandes varejistas – como o Walmart, por exemplo – são bastante utilizadas para se calcular, **em termos aproximados**, o faturamento diário dessas empresas!!!

Com um pouco de engenhosidade, além de noções elementares de geometria, é possível "**enxergar**" longe. É isso o que fazem os analistas desses dados alternativos, que elaboram estimativas sobre estoques de petróleo, examinando nas fotos de satélite o comprimento das sombras projetadas pelos tanques de armazenamento (a maioria dos tanques tem tetos flutuantes, cuja altura varia de acordo com o volume de petróleo contido no seu interior!!!).

Existem hoje empresas que conseguem, por exemplo, oferecer estimativas sobre a produtividade de várias instalações fabris, acompanhando o número de caminhões estacionados em seus pátios!!! É claro que essas companhias vendem essas análises. Porém, um fato é incontestável, graças ao aperfeiçoamento da tecnologia da informação e comunicação (TIC), que gera o *big data*, os seres humanos têm se mostrado cada vez mais capazes a aprender sobre si mesmos – e **cada vez de maneira mais rápida**!!!

É bem verdade que vivemos num ambiente em que a disseminação de notícias falsas também é cada vez maior, principalmente com objetivos políticos. Nesse caso, visa-se a derrubada de governantes e a vitória em eleições. Antigamente a chamada "imprensa marrom" foi muito usada para denegrir a imagem das pessoas, o que sem dúvida deu origem a uma íntima ligação entre o poder constituído e a imprensa. Hoje esse problema (ou essa situação) se tornou ainda mais sério (a) graças à Internet e às redes sociais, que expandiram os horizontes no que se refere à circulação de informações, e isso em níveis inimagináveis há apenas algumas décadas.

Para ilustrar esse fato basta lembrar de dois exemplos recentes: o primeiro diz respeito à divulgação pelo Facebook de dados que foram essenciais para a eleição de Donald Trump para a presidência dos EUA. De fato, sabemos que as redes sociais impulsionaram boatos, factoides, mentiras e pós-verdades nas campanhas dos dois candidatos – e de forma avassaladora; o segundo se refere ao Brexit, ou seja, a saída do Reino Unido da União Europeia (UE).

Mas, fora isso, estamos cientes de que serviços como Google, Amazon, Spotify, Netflix, YouTube etc., têm ferramentas que lhes permitem descobrir onde moramos, nossos gostos e nossas preferências enquanto clientes em potencial. Eles "aprendem" tudo sobre o que queremos ver, ler, escutar, comprar e compartilhar, e, a partir do nosso comportamento – e de todas as informações que nós próprios lhes forne-

cemos –, são capazes de deduzir tudo de que precisam (inclusive nossa tendência de voto) para nos encantar com suas ofertas. Eles "descobrem" através do *big data*, de que maneira devem personalizar os anúncios que visualizamos ao visitar *sites* de notícias ou de compras, especialmente com as suas ofertas.

Essa ferramenta já permitiu a um seleto grupo de empresas obter o *big data* e, assim, manipular os "desejos" de centenas de milhões de pessoas, fazendo com que elas adquirissem objetos e até mesmo participassem de atividades desnecessárias!!! É triste chegar a essa conclusão, mas a posse do *big data* garante a certas organizações o poder de manipular multidões!!! Afinal, estima-se que o Facebook tenha mais de 100 milhões de usuários apenas no Brasil (no mundo são quase 2 bilhões...) e que o Google fature 10% de sua receita mundial em nosso País.

E onde reside o sucesso do Google? Em sua capacidade de segmentar a mensagem publicitária. Porém, é obvio que essa mesma precisão pode, de algum modo, ser utilizada a favor da viralização de notícias falsas ou até "irritantes". Neste sentido, o Google anunciou que em breve lançará uma tecnologia capaz de bloquear anúncios "irritantes" e que prejudicam a navegação – como *pop-ups*, por exemplo, que são janelas de anúncios que abrem automaticamente na tela e "obrigam" os usuários a esperar até 10 s antes de acessar a informação desejada. As empresas de mídia, por sua vez, passarão a ter acesso a uma ferramenta que informará a elas quais propagandas são "inconvenientes".

Recentemente o Facebook também anunciou que iria contratar **3 mil moderadores** – ou censores –, com o objetivo de evitar o uso da rede para disseminar crimes, imagens pornográficas ou violentas, e a apologia ao terrorismo. Isso é um bom começo, mas está muito longe de impedir que **notícias falsas circulem na rede, não é?** Claro que todas as redes sociais deveriam fazer o mesmo e adotar comportamentos e processos que minimizem a circulação de notícias mentirosas e a pronta identificação dos *sites* que as propagam. **Afinal, não se pode deixar que a Internet seja usada sem a devida responsabilidade.**

E onde reside o sucesso do Google? Em sua capacidade de segmentar a mensagem publicitária. Porém, é obvio que essa mesma precisão pode, de algum modo, ser utilizada a favor da viralização de notícias falsas ou até "irritantes"

Um aspecto da *Japan House.*

JAPAN HOUSE, UM PEDAÇO DO **JAPÃO EM SÃO PAULO**

A partir da sua inauguração, em 6 de maio de 2017, a *Japan House* se tornou um importante "pedaço" do Japão em nosso País, que pode ser admirado tanto pelos paulistanos como por todos os visitantes que vão à capital paulista. Ela está localizada na avenida Paulista, bem próxima da praça Oswaldo Cruz, no Paraíso, e é sem dúvida um incrível espaço da cultura nipônica.

O valor investido no projeto foi US$ 30 milhões. Sua fachada de 36 m por 11 m é composta por uma "cortina" de réguas de madeira da espécie *hinaki*, trabalhadas por artesãos japoneses. O espaço como um todo tem aproximadamente 2.500 m² de área útil e está distribuído em 3 pisos (térreo e e dois andares).

A obra, que é bastante importante por sua originalidade, foi idealizada pelo arquiteto japonês Kengo Kuma, e erguida numa parceria entre o escritório paulistano FGMF Arquitetos e a construtora Toda. Embora a estrutura seja tipicamente japonesa, ela combina características nipônicas, como os *fusumas* – grandes painéis deslizantes que delimitam os ambientes quando fechados, mas dão origem a espaços mais amplos quando abertos – e uma parede de cobogós – pequenos blocos vazados de cimento que são uma herança do modernismo brasileiro. A madeira em todos os cenários e o efeito da luz do dia sobre os elementos da fachada se mesclam para produzir uma sensação de tranquilidade e serenidade em meio à agitação urbana.

Os jardins de bambus que circundam o prédio e parecem abraçar a construção ficaram a cargo do paisagista brasileiro Alex Hanazaki, que comentou: "Esse foi um trabalho que me impôs uma enorme responsabilidade, apesar de ser relativamente pequeno em termos de área. A *Japan House* é uma iniciativa bastante representativa, tanto em termos de projeto, como de inserção no cenário cultural de São Paulo. O que

mais me empolgou nesse trabalho foi atuar em parceria com um escritório de alcance global, como o de Kengo Kuma. Apesar de ter trabalhado a partir das diretrizes estabelecidas por ele, houve muita troca de ideias sobre a melhor forma de adaptar o projeto à nossa realidade. Minha bagagem pessoal foi decisiva, uma vez que, além de minha descendência, São Paulo, cidade onde me criei, conta com a maior comunidade nipônica do mundo, vivendo fora do Japão."

Dentro desse centro cultural japonês há um restaurante – comandado por Jun Sakamoto, um dos principais nomes da gastronomia japonesa – e duas lojas. A primeira é de Sandra Fukada, que apresenta a tradição do *furoshiki*, uma técnica de embalagem com tecidos coloridos. No térreo, está a Madoh, que disponibiliza produtos de *design*, bebidas e alimentos importados.

A primeira exposição no local foi *Bambu – Histórias de um Japão*, que durou praticamente dois meses. Nela os visitantes puderam apreciar 50 peças que exploraram os diferentes usos do bambu, desde utensílios domésticos até obras de artistas como Akio Hizume e Chikuunsai IV Tanabe. O curador dessa exposição, que também é o diretor de programação da *Japan House*, Marcello Duarte, explicou:

"Inicialmente, convém recordar um pouco o processo para trazer a *Japan House* para o Brasil, quando foi necessário trabalhar em conjunto com o governo japonês para identificar as cidades do mundo nas quais ele gostaria de apresentar uma agenda para o mundo ocidental. E isso teria de funcionar de uma forma diferente: uma edificação real, gerida por pessoas daqui, com um ponto de vista do Brasil olhando para o Japão. Foi um processo de encontro entre aquilo que eu enxergava, ou seja, da emergência do que estava sendo feito lá e do que faltava no Brasil. Também foi importante entender que a missão desse espaço é **'ser multidisciplinar'**. Infelizmente, a visão do Brasil sobre o Japão, baseada na comunidade japonesa que vive em nosso País, está desatualizada. Mesmo assim, para criar a *Japan House*, tivemos de se encontrar com essa comunidade. Temos em nosso conselho membros que são nipo-brasileiros, porém a nossa meta é a multidisciplinaridade, atingindo assim os mais diversos públicos."

Na *Japan House* os visitantes ficam perplexos com o que está sendo exibido nela.

OS GANHADORES DO PRÊMIO DE 2017

AGORA EM SP

Em 11 de junho desse ano ocorreu em Nova York, nos Estados Unidos (EUA), o evento para a entrega do Tony Awards 2017, um prêmio tão importante para o teatro quanto o Oscar para o cinema.

Os musicais são, sem dúvida, as grandes estrelas da Broadway. É ali que estão praticamente todos os grandes teatros de Nova York, uma cidade que respira esse tipo de arte 365 dias por ano. É na *Big Apple* que esse tipo de representação artística recebe o tratamento de **"patrimônio cultural"**, e se revela estratégica para a pujança do turismo, do comércio e da economia nova-iorquinas.

Apesar de os espetáculos teatrais sem música também terem alcançado grande visibilidade e atraírem multidões, são os musicais que permanecem muitos anos em cartaz e agradam mais aos turistas. De fato, muitos especialistas acreditam que a temporada 2016-2017 tenha sido (e continue sendo) muito especial e até mesmo esfuziante, uma vez que estiveram (e, em alguns casos, ainda estão) no palco estrelas de renome mundial.

E falando dos premiados, *Dear Evan Hansen* ganhou o Tony 2017 como **melhor musical** e recebeu seis estatuetas, incluindo as de melhor ator em musical para o protagonista Ben Platt, um novato de 23 anos; melhor atriz coadjuvante, para Rachel Bay Jones; melhor libreto; melhor trilha sonora e melhor orquestração.

Em *Dear Evan Hansen*, relata-se uma histórica melancólica na qual um jovem sofre de grave ansiedade e entra em colapso ao saber da morte de um colega de sala). A direção do espetáculo optou pela vertente que é hoje a mais valorizada no teatro nova-iorquino: o binômio **pouco efeito** e **muita verdade**. Todavia, embora sua música seja realmente de alta qualidade, os arranjos parecem abusar no uso de guitarras "*folk*", uma técnica que se tornaria um tanto cansativa para os *habitués* desses musicais.

Como quase todos já previam, Bette Middler – a diva dos musicais – finalmente ganhou o seu Tony de melhor atriz por sua *performance* em *Hello, Dolly!* Como disse o especialista em teatro, Claudio Botelho, do jornal *O Estado de S. Paulo*: "Esse musical é uma espécie de joia raríssima, onde tudo é perfeito.

O texto foi adaptado a partir de uma comédia de Thorton Wilder (um dos pais do moderno teatro norte-americano) e as músicas são de Jerry Herman, o mais melodioso e emocional criador de canções que a Broadway já teve desde Irving Berlin. A remontagem, por sua vez, contou com a assinatura do diretor Jerry Zacks, um dos poucos capazes de recriar tão bem uma obra dos anos 1960 como *Hello, Dolly!* Com o requinte de não fazer uma única concessão a qualquer modernidade gratuita, ele sempre consegue entregar ao espectador o mesmo brilho do original, como se o *show* tivesse sido criado on-

tem... O cenário e os figurinos do musical foram criados pelo *designer* Santo Loquasto, um dos mais conceituados nomes do cinema e do teatro norte-americano.

Não bastasse tudo isso, além de Bette Middler, o musical possue um elenco incrível, com destaque para David Hyde Pierce, Gavin Creel, Kate Baldwin etc. Todos cantam e dançam como se estivessem explodindo de felicidade. Além do prémio de melhor atriz, *Hello, Dolly!* conquistou outras quatro estatuetas, entre elas a de melhor releitura de musical."

Em seu discurso de agradecimento, Bette Middler o recheou de blasfêmias suaves – inclusive repreendendo a orquestra que tentou interrompê-la em sua longa fala –, e agradou a plateia que lotava o auditório do Radio City Music Hall. Na ocasião, a atriz elogiou os musicais à moda antiga, como *Hello, Dolly!*, dizendo tratar-se de "um bálsamo para essa época realmente terrível".

Kevin Kline foi escolhido como o melhor ator ao interpretar um egocêntrico na peça *Present Laughter*, do inglês Noël Coward (1899-1973). Durante a temporada, ele deu um verdadeiro *show* de interpretação nas quase duas horas e meia de espetáculo. Durante esse tempo ele caia no chão, rolava do sofá, pisava em falso, abusava de *gags* (piadas) e maneirismos inesperados, sem abrir mão de sua classe incrível.

Jamais encenada no Brasil, essa peça – assim como praticamente toda a obra de Noël Coward – pertence ao rol de obras conhecidas como "alta comédia", ou seja, peças nas quais as situações cômicas são comumente muito mais que simplesmente "piadas"; elas resultam de uma trama sofisticadamente urdida, com personagens geralmente de classe social elevada expostos ao ridículo de maneira sutil (como pelo andar, por exemplo), onde o enredo passa longe do apelo popularesco e acessível da comédia de costumes.

Assim como os demais vencedores do Tony, em seu pronunciamento Kevin Kline também saiu em defesa da fundação National Endowment for the Arts, que está enfrentando um severo corte de financiamento por parte do governo do presidente dos EUA, Donald Trump. O ator disse: "Não fazemos isso sozinhos. Sem ajuda externa 50% das pessoas nesta sala não poderiam estar aqui, pois os preços para assistir às peças seriam caros demais."

Laurie Metcalf, ex-protagonista do seriado *Roseanne*, ganhou o seu primeiro Tony depois de várias indicações. Ela foi premiada como melhor atriz por sua atuação na peça *Casa de Bonecas, Parte 2*, uma sequência em ritmo acelerado do clássico de Henrik Ibsen.

Cynthia Nixon, por sua vez, foi escolhida como melhor atriz coadjuvante por sua participação na nova versão de *The Little Foxes,* de Lilian Hellman, que trata das práticas comerciais clandestinas de uma gananciosa família sulista.

Quem estreou como apresentador e animador do evento de 2017 foi o famoso ator Kevin Spacey, que logo no início satirizou seu possível fracasso no comando dessa cerimônia, caso sua atuação fosse comparada ao que já haviam feito seus antecessores mais recentes, Neil Patrick Harris, James Corden e Hugh Jackman. Todavia, tal fracasso não ocorreu e ele até que se saiu muito bem em sua apresentação!!!

A KATZ / SHUTTERSTOCK.COM

O grande grupo de vencedores do Tony Awards, elenco, produtores e diretores de *Dear Evan Hansen!!!*

FALTA GENTE COMPETENTE PARA CUIDAR DOS NOSSOS MUSEUS, DE APRESENTAR BOAS PEÇAS NOS TEATROS E A **CULTURA ESTÁ NA PENÚRIA!!!**

GIANCARLO LIGUORI / SHUTTERSTOCK.COM

Um aspecto do Masp, o mais importante museu de São Paulo

É uma pena que muita gente ainda ache que para se montar uma exposição é preciso apenas pendurar quadros numa parede, pois a coisa é bem mais complicada!!! De fato, além de uma boa curadoria, também se faz necessário contar com bons **conservadores** e **restauradores** – profissionais que estão em falta no Brasil. Quem explicou isso muito bem foi Karen Barbosa, que além de especialista nessas duas áreas também é coordenadora de conservação e restauração do Museu de Arte de São Paulo (Masp).

Em uma entrevista para o jornal O Globo (3/3/2017), ela declarou: "Nosso trabalho começa muitos meses antes de uma exposição. Primeiramente vem a análise da lista de obras escolhidas pela curadoria, para se verificar se alguma delas é demasiadamente frágil ou está em estado precário de conservação, sem condição de ser exposta ou até mesmo deslocada de um lugar para outro. Assim, é preciso visitar e avaliar o espaço onde será feita a mostra para se colher todas as informações a respeito da umidade, temperatura e até segurança.

Em seguida, essas obras devem ser convenientemente preparadas para o transporte. É vital emprestar somente obras protegidas por um vidro alemão específico, que é antirreflexo, antiestilhaçamento e filtra 99% dos raios ultravioleta. Isso ajuda na preservação e protege contra acidentes no contato com o público. Por trás de tudo isso ainda existe uma proteção de policarboneto alveolar cristal. Dessa maneira as obras em madeira já saem com uma vitrine climatizada que ajusta a umidade relativa à qual ela está exposta. Vale lembrar que, para esses quadros, pior do que níveis de

Edson Celulari reclama muito da penúria em que vivem as artes cênicas no País.

umidade um pouco mais altos ou baixos, é uma grande oscilação entre ambos!!!

Mas não é somente a umidade que preocupa: também existe uma quantidade máxima de lux (unidade de medida de iluminamento) que é considerada aceitável. É por isso que nos museus é proibido fotografar.

Lamentavelmente, ainda existem muitos museus no País que não conseguem conservar bem as obras e, desse modo, funcionam com o que dispõem... Não se entendeu ainda em nosso País que a **restauração** e a **conservação** são aspectos bastante científicos, que demandam conhecimentos de química, física, biologia, artes, história do artista e da própria peça. Sem dúvida faltam no Brasil muitos especialistas em ambas as áreas e, desse modo, dificilmente os nossos museus poderão operar de maneira eficiente."

Como se nota nessa declaração, é necessário que o nosso sistema educacional ofereça mais cursos de Belas Artes e que, dentro deles existam todas as disciplinas necessárias e com carga horária suficiente para que os formandos tenham ao menos conhecimentos básicos em conservação e restauro. Só assim, esses novos profissionais poderão buscar vagas nos milhares de museus existentes no Brasil. Esses estabelecimentos, por sua vez, deveriam obrigatoriamente contar com esse tipo de empregado para poder funcionar com eficiência...

Sem bons museus não se pode dizer que um país tenha como objetivo a preservação e o desenvolvimento de sua cultura. Infelizmente vivenciamos no Brasil uma situação em que a política cultural não está clara. O ator Edson Celulari (que está retornando às novelas depois de superar uma grave doença), comentou: "É uma vergonha observar todo o País estagnado há quase três anos. De fato, a situação do nosso teatro é especialmente catastrófica, e nunca esteve tão ruim. O teatro brasileiro está na penúria, o que desestabiliza toda a classe artística, que não tem as condições mínimas sequer para sobreviver, quanto mais para produzir e apresentar novas peças.

"**É uma vergonha** observar todo o País estagnado há quase três anos. De fato, a situação do nosso teatro é especialmente catastrófica, e nunca esteve tão ruim. **O teatro brasileiro está na penúria**, o que desestabiliza toda a classe artística, que não tem as condições mínimas sequer para sobreviver, quanto mais para produzir e apresentar novas peças."

E o pior é que a classe artística não tem uma força coletiva capaz de promover um movimento de impacto que force as nossas autoridades governamentais a apoiarem mais a cultura. Aliás, ainda nem se conseguiu oferecer a milhões de crianças e jovens brasileiros um ensino público de qualidade que valorize adequadamente seus currículos, sua criatividade e suas artes."

Como se vê tanto os nossos museus como os nossos teatros vão funcionando de forma cambaleante, ou seja, sem ter condições para que os que neles trabalham possam desenvolver com eficiência as suas atividades!

FINALMENTE TER-SE-Á DE NOVO A TAPEÇARIA DE TOMIE OHTAKE

Protótipo de tapeçaria de Tomie Ohtake.

Em novembro de 2013, um enorme incêndio alastrou-se pelo auditório Simon Bolívar no Memorial da América Latina, destruindo a imensa tapeçaria da artista plástica Tomie Ohtake (1913-2015). Todavia, apesar da perda, Ohtake declarou de forma tranquilizadora que sua obra poderia ser refeita (!?!?) desde que o projeto original fosse seguido à risca...

Pois é, mas isso não seria nada fácil!!! Desde 2014, o diretor administrativo do Memorial, Felipe Pinheiro, começou a procurar por alguma empresa que pudesse refazer o painel. Na ocasião ele descobriu que a responsável pelo serviço original, com sede na cidade de Americana, já não tinha mais condições para executar esse trabalho!?!?

Então, no fim de 2015, uma empresa sediada em Perus, a Punto e Filo, se dispôs a realizar essa árdua tarefa e, por decisão de seu presidente, Marinho Pisaneschi, sem qualquer custo para o Memorial. Porém, outro desafio surgiria nessa empreitada: a compra do material!!! Mais uma vez a solução se apresentou na providencial doação do material pela Antron (estima-se que o custo tenha sido de aproximadamente R$ 1,85 milhão).

Marinho Pisaneschi comentou: "Como *habitué* daquele auditório, meus olhos brilhavam com a possibilidade de estar envolvido nesta tarefa histórica de refazer a tapeçaria. Assim, colocamos um time de 20 tecelões que, munidos de uma máquina de costura, começaram a tecer cuidadosamente cada centímetro da gigantesca tapeçaria.

Ao contrário da peça original, que consistia de 400 pequenos tapetes emendados, a nova versão será uma peça única, que, quando pronta, deverá pesar **quase uma tonelada**. Ou seja, a obra tem tudo para ser homologada pelo *Guinness World Records* como a maior tapeçaria contínua já feita no mundo." Vale lembrar que enrolada a tapeçaria terá 14 m de comprimento e um diâmetro de 1,5 m.

Ainda nas palavras de Marinho Pisaneschi: "Tenho plena convicção de que a nova tapeçaria ficará com o desenho mais claro e as cores mais definidas que a anterior, por causa da técnica, do material utilizado e do fato de se tratar de uma peça única, sem emendas. Sem dúvida essa **obra de arte** ficará com uma melhor definição. E os ponteamentos manuais de nossos tecelões irão valorizar ainda mais as curvas do desenho."

Esse serviço começou a ser feito em janeiro de 2017, seguindo um cronograma rígido para que a tapeçaria fosse entregue em 1º de outubro do mesmo ano. Em seguida, deverá ser providenciada a **instalação** da obra. Para isso será necessário encontrar uma empresa que possa fazê-lo!!! Ao contrário do que acontecia com a peça original, fixada num fundo de madeira, a nova será presa a um reforçado *drywall* de gesso, material antichamas. Aliás, a própria tapeçaria também foi feita com fios que evitam a propagação do fogo.

Mas será que tudo estará pronto até o dia 15 de dezembro, quando o auditório será reaberto ao público, pontualmente às 19h30min? Deve-se ressaltar que o governo do Estado investiu R$29 milhões na recuperação do espaço destruído, e que em junho de 2017 cerca de 75% das obras de restauro já estavam prontas!!!

O arquiteto Ricardo Ohtake, filho de Tomie e presidente do Instituto Tomie Ohtake – local que já se transformou num dos centros culturais mais frequentados de São Paulo –, destacou: "Realmente os tecelões da Punto e Filo capricharam muito na execução dessa obra de minha mãe. Ela ficaria muito feliz, pois, como imaginou, o trabalho poderia ser refeito. E foi, com muito esmero!!!"

DVS EDITORA

Criatividade, inovação e orientações para o crescimento pessoal e profissional

gestão municipal
inovação
bem-estar
marketing
empreendedorismo
lideranca
negócios
comunicação
carreira
incentivo pessoal

dvseditora.com.br

catatau livros infantis
DVS EDITORA
AbajouR BOOKS

Spinner, a atual febre entre os brinquedos.

SPINNER, O BRINQUEDO METÁLICO SENSAÇÃO DO MOMENTO!

O *Spinner* é um brinquedo metálico que basicamente impressiona por sua forma de girar. O grande sucesso teve início quando Natan Stulzer, um garoto de 14 anos, divulgou um vídeo exibindo suas "manobras" com um brinquedo ao qual chamou de *Spinner*!!! Em apenas dois dias ele viu sua popularidade crescer enormemente, e seu canal alcançar quase 100 mil visualizações.

Todavia, esse *gadget* surgiu há um bom tempo e demorou bastante para fazer sucesso. Inicialmente, o projeto foi creditado à engenheira química Catherine Hettinger, que declarou ao *New York Post* que a ideia do brinquedo teria surgido depois de observar meninas atirando pedras em policiais em Israel. Segundo a autora, a partir daquele momento ela pensou em desenvolver um brinquedo calmante que pudesse ajudar as crianças a "direcionar melhor" a sua energia e **"promover a paz"**. Porém, o desenvolvimento propriamente dito só ocorreria mais tarde, depois que a autora passou a sofrer de uma doença que lhe causava fraqueza muscular. Assim, na tentativa de entreter a sua filha ela criou o *Fidget Spinner*, que ela podia rodar sem fazer muito esforço físico.

Então, em 28 de maio de 1993, Hettinger requereu a patente para "**um brinquedo de giro**": um dispositivo de peça única redondo feito de "plástico macio," composto de uma "cúpula" central para o posicionamento do dedo e de uma "saia" (círculo exterior). A autora iniciou a produção em sua própria casa, vendendo sua invenção em feiras de arte no Estado da Flórida. Em seguida ela procurou as fábricas de brinquedo, mas não teve sucesso – a própria Hasbro a rejeitou!?!? Na época a invenção ganhou o nome de *Fidget Spinner* (algo como "equipamento giratório inquietante" e, no início da década de 1990, chegou a ser mencionada por alguns jornais.

A patente de Hettinger já expirou e atualmente há pouca conexão direta entre o protótipo do brinquedo dela e os *Fidget Spinners* atuais (com duas, três ou seis lâminas). De fato, surgiram no mercado diversos *Fidget Spinners* com outras pessoas se declarando como suas inventoras...

Atualmente, na loja virtual da Amazon norte-americana, entre os dez brinquedos mais vendidos sete são versões do *Spinner*. Já em São Paulo, o *gadget* está à venda em lojas, bancas de jornais e até mesmo nas barraquinhas dos ambulantes, sendo que os preços variam de R$ 15 até algumas centenas de reais.

Com uma loja virtual e duas físicas, a Toy Show vendeu em um mês cerca de 20 mil unidades desse brinquedo e, inclusive, organizou um torneio no qual a regra básica era conseguir fazer com que o brinquedo girasse pelo maior tempo possível!!! Mas para quem não quer gastar, também é possível construir seu próprio *Spinner*,

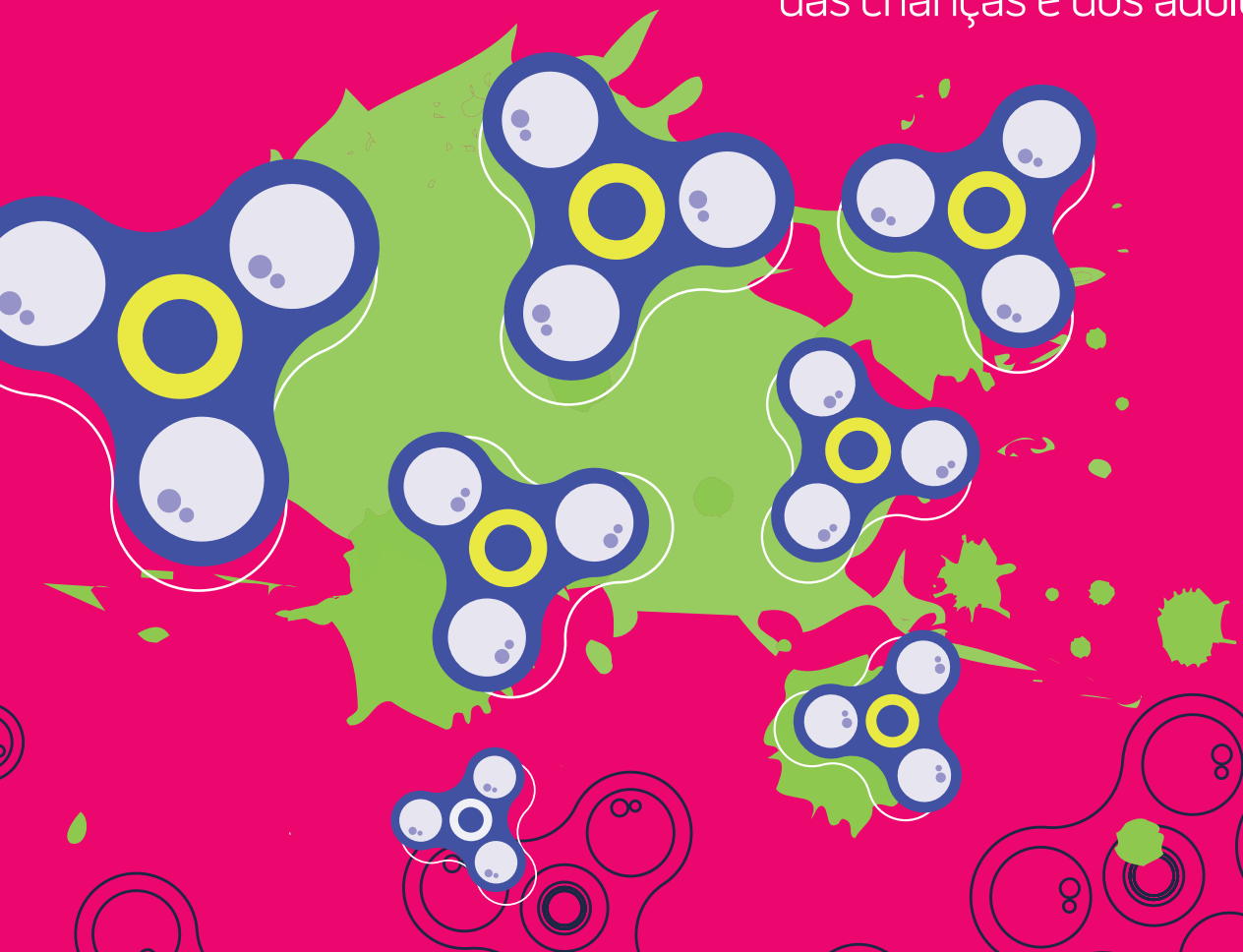
acompanhando as instruções postadas em vídeos no YouTube.

E não se trata apenas de brincar, uma vez que já foram associados a essa engenhoca alguns efeitos benéficos. Afirma-se, por exemplo, que ele seja antiestressante e possa ser usado até no tratamento de ansiedade e depressão!?!?

O fato é que a febre com o *Spinner* se espalhou particularmente pelas escolas de ensino médio na capital paulista, tirando a atenção dos alunos em sala de aula. Isso, é claro, fez com que os professores tivessem mais um objeto para recolher durante as aulas, além dos celulares, é claro...

Quem diria, não é mesmo, que em plena **era digital** surgisse um brinquedo – um objeto físico – capaz de atrair tamanha atenção das crianças e dos adolescentes? O fato é que o *Spinner* conseguiu isso! Todos que o fabricaram e venderam obtiveram excelente retorno, pelo menos ao longo do 1º semestre de 2017!!!

Quem diria, não é mesmo, que em plena **era digital** surgisse um brinquedo – um objeto físico – capaz de atrair tamanha atenção das crianças e dos adolescentes?



Uma vista da atraente Indaiatuba.

INDAIATUBA, UMA CIDADE INSPIRADORA

Indaiatuba é uma cidade paulista que dista 101,9 km da capital do Estado, na qual viviam, no início de 2018, cerca de 245mil pessoas e que nesses últimos anos tem sido classificada no estudo do Sistema Firjan (Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro) como estando entre os dez municípios com o melhor desenvolvimento do Brasil.

Isso se deve ao elevado IFDM (Índice Firjan de Desenvolvimento Municipal) que Indaiatuba tem obtido.

O IFDM varia de 0 a 1 e quanto mais próximo de 1, melhor é o seu desenvolvimento.

O valor final dele é obtido após a análise de três conjuntos de indicadores. Em **emprego** e **renda**, o índice leva em conta quanto a cidade gera de empregos formais, sua capacidade de absorver a mão de obra local, quanto de renda formal é gerada, os salários médios e a desigualdade social.

Já em **educação**, a Firjan analisa o número de matrículas na educação infantil, a proporção de estudantes que abandonam o ensino fundamental, além da distorção idade-série, o número de professores com ensino superior, a média de aulas diárias e o resultado do Ideb (Índice de Desenvolvimento da Educação Básica) no ensino fundamental.

Finalmente o índice **saúde** é calculado, por sua vez, com base no número de consultas pré-natal, óbitos por causas mal definidas, óbitos infantis por causas evitáveis e número de internações sensíveis à atenção básica (ISAB).

> Em 2013, o IFDM de **Indaiatuba** foi de **0,9009**, o segundo melhor do Estado de São Paulo, ficando em terceiro lugar no Brasil.

Foi sem dúvida a eficiente gestão do prefeito Reinaldo Nogueira Lopes Cruz (nos mandatos de 2009 a 2013 e de 2013 a 2016) que levou a cidade de Indaiatuba a obter o terceiro lugar como tendo o melhor IFDM do Brasil com o valor **0,9009** que surgiu da avaliação da educação (0,9776), da saúde (0,9244) e do emprego e renda (0,8008).

Atualmente, na gestão do prefeito Nilson Gaspar o que se busca é manter esses elevados índices nos setores da educação e saúde e melhorar a empregabilidade na cidade.

O nome Indaiatuba vem da língua tupi: *ini'yá* (indaiá) e *tyba* (ajuntamento), portanto "Indaiatuba" significa "ajuntamento de indaiás", ou seja, a denominação se prendeu às características da paisagem e da vegetação da localidade, atualmente totalmente alteradas.

A existência, numa certa época de indaiás carregados de pequenos cocos fez com que Indaiatuba tivesse recebido, entre meados do século XVIII e início do século XIX, também a denominação de Cocaes.

A partir da segunda metade do século XVIII a região de Indaiatuba começou a ser ocupada por fazendeiros de cana-de-açúcar, implementadas pelo governo português, como uma política de incentivo à produção de açúcar na província.

Indaiatuba foi inicialmente um bairro rural da vila de Itu, rota de tropas para o sul da colônia portuguesa, passando pela vila de Sorocaba.

Os primeiros registros de um arraial chamado Indayatiba datam de 1768, cuja população cultivava milho e feijão.

Em algumas décadas o povoado se expandia, sendo criados engenhos de açúcar e ao redor destes engenhos foi se expandindo também o comércio que servia àquela população.

Em 1813 foi erigida uma capela por Pedro Gonçalves Meira, considerado o fundador da cidade, que mais tarde seria ampliada e reformada para transformar-se na igreja matriz de Nossa Senhora da Candelária, sendo que esta, com suas torres, foi construída por Cezare Zoppi, que além da sua reforma também foi o autor e executor do projeto que levou a construção da igreja de São Benedito, sendo o pioneiro em edificação com tijolos na cidade, tendo sido seguido depois pelos seus filhos Antonio Zoppi e Victório Zoppi.

Em 9 de dezembro de 1830, o então povoado de Cocaes, foi elevado à condição de sede da freguesia da vila de Itu, por decreto do imperador dom Pedro I com nome de Indaiatuba.

E aí, essa data passou a ser considerada como a data do aniversário da cidade.

Somente em 24 de março de 1859, Indaiatuba seria elevada à condição de vila ganhando autonomia política em relação a Itu, com sua própria Câmara de Vereadores.

Um lugar para se viver tranquilo é em Indaiatuba!

Finalmente em 19 de dezembro de 1906, Indaiatuba foi elevada à condição de cidade pela lei estadual Nº 1038.

Foi a partir da década de 1850, que o cultivo do café substituiu a cultura da cana-de-açúcar.

Na antiga fazenda Pau Preto foi instalada a primeira máquina de beneficiar café, que era movida a vapor, importada da Inglaterra.

Em 1872 foi inaugurado o primeiro trecho da Estrada de Ferro Ytuana entre Indaiatuba e Jundiaí e no ano seguinte foi iniciada a construção do trecho Itaici-Piracicaba, que passava por Indaiatuba.

A partir dessa época, Indaiatuba também recebeu muitos imigrantes da Suíça, Alemanha, Itália, Espanha, Croácia e, já no início do século XX imigrantes do Japão.

Os imigrantes suíços formaram a colônia Helvetia, ainda existente e na qual atualmente é realizada a Festa da Tradição no Dia da Fundação da Suíça.

Com sua economia dividida entre a cultura de café e batata e algumas pequenas fábricas, a cidade cresceu pouco na primeira metade do século XX.

Assim em 1950 havia 11.253 habitantes no município, em 1964 subiu para 22.928 habitantes, e daí foi crescendo de forma robusta, estimando-se que no final de 2017 a sua população atinga 245 mil pessoas sendo a **terceira maior cidade** da Região Metropolitana de Campinas (RMC).

Indaiatuba fica a 20 km de Campinas, a terceira cidade mais populosa do Estado e a 10 km apenas do aeroporto internacional de Viracopos – que está no município de Campinas – que ano a ano está crescendo, o que leva a imaginar que a cidade pode se tornar uma **aerotrópole**, ou seja, desenvolver-se extraordinariamente em torno da sua expansão, principalmente porque já tem boa infraestrutura e um elevado IFDM, como já foi citado.

Quem utiliza o aeroporto internacional de Viracopos chega facilmente a Indaiatuba através da rodovia Engenheiro Ermênio de Oliveira Penteado (SP-75) percorrendo não mais que 10 km e para isso pode-se inclusive usar as linhas de ônibus metropolitanos, saindo da estação rodoviária da cidade.

No que se refere a economia, nessas últimas décadas, Indaiatuba teve bastante

desenvolvimento na **agricultura**, na **indústria**, no **comércio** e no **turismo**.

A década de 1950 assistiu a emergência da cultura do tomate, principalmente devido a fixação de famílias japonesas no município, que durante muito tempo foi predominantemente produtor de café, algodão e batata.

Nos últimos anos as culturas ditas permanentes, notadamente a fruticultura, foram aumentando progressivamente a sua produção em relação as culturas temporárias, com o que o município se tornou um produtor de uva, abacaxi, caqui, goiaba e maracujá, fazendo parte do **polo turístico** do Circuito das Frutas juntamente com outros sete municípios, a saber: Jundiaí, Itatiba, Atibaia, Vinhedo, Itupeva, Morungaba e Louveira.

Atualmente a uva é a principal fruta produzida no município, sendo o município um dos maiores produtores do Estado.

Porém ainda é significativa a produção de cana-de-açúcar que em 2017 chega a 300 mil toneladas.

O município vem aumentando seu polo industrial nos últimos anos, principalmente devido a chegada de grandes empresas que aí se instalaram, especialmente as do setor automotivo como Toyota, a instalação do campo de provas da General Motors e da Honda, além de unidades fabris da John Deere, Yanmar etc.

Na cidade estão também instaladas empresas do porte da Unilever, BASF, TMD Friction/COBREQ, Plastek, Agritech, Lavrale etc.

Entre os anos de 1930 e 1945, instalaram-se na cidade várias indústrias de transformação de madeira, com destaque especial para a indústria de cabos de guarda-chuva, cuja produção está sendo vendida para todo o País.

Após 1945, ocorreu no município a expansão de indústrias têxteis. Já na década de 1960, o município recebeu grandes indústrias mecânicas e metalúrgicas. Assim em 1980, havia no município 422 indústrias.

De fato o grande salto no desenvolvimento de Indaiatuba aconteceu com a criação do seu **distrito industrial** em agosto de 1973, no governo do prefeito Romeu Zerbini, que criou em 1974 uma lei de incentivo para indústrias que se instalassem no município, cujo número foi aumentando bastante a partir desse ano.

As condições para o progresso da cidade foram favorecidas pela sua localização em relação aos grandes centros industriais e comerciais; as opções de vias de acesso a outras cidades, o que facilitava o escoamento de sua produção e suas relações comerciais.

Por sinal na década de 1970, a cidade começou a receber um grande número de migrantes e a própria demarcação da área do distrito industrial teve que sofrer algumas mudanças, para ceder espaço à ampliação residencial que se tornou necessária para atender a esse fluxo migratório.

Os conjuntos habitacionais do Cecap (Caixa Estadual de Casas para o Povo), por exemplo, surgiram dessas mudanças.

Deve-se recordar que em 24 de maio de 2005, um tornado que foi dos maiores e violentos já registrados no Brasil (com os ventos cuja velocidade variou de 252 km/h a 330km/h) destruiu boa parte do distrito industrial, se bem que não houve mortes provocadas pelo vendaval.

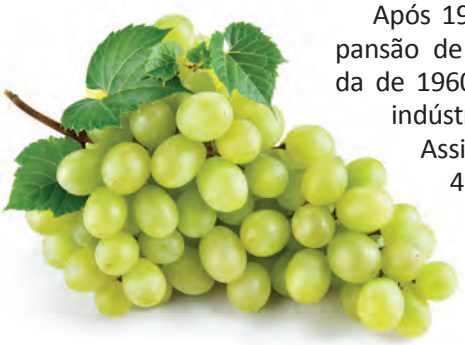
Em 1974 foi fundada a Associação das Indústrias do Município de Indaiatuba (AIMI) e em seguida os empresários começaram a reivindicar a criação de uma unidade do Senai, pois a maior parte da formação profissional dos indaiatubanos para o trabalho na indústria era feita no Senai de Itu.

Essa deficiência finalmente foi sanada parcialmente com a criação da Fundação Indaiatubana de Educação e Cultura (FIEC) e a oferta do primeiro curso técnico de mecânica em 1986.

Atualmente há várias outras IEs (instituições de ensino) privadas que oferecem ensino técnico como o Colégio Santos Dumont, o Senai, o Centro Metropolitano de Ensino Profissional (CEMEP), Colégio Barão de Mauá e Associação Cristã de Educação e Cultura - Meu Colégio.

Indaiatuba ganhou destaque na educação básica tendo 60 escolas de ensino infantil (sendo 27 municipais e 33 privadas), 71 escolas de ensino fundamental (sendo 24 estaduais, 28 municipais e 20 privadas) e além disso 27 escolas de ensino médio (sendo 15 estaduais e 12 privadas).

Atualmente **a uva é a principal fruta produzida no município**, sendo o município um dos maiores produtores do Estado.



Indaiatuba se destaca pela produção de muitas frutas, entre elas a da uva.

No que se refere ao ensino superior estão em Indaiatuba a Faculdade Anhanguera, a Faculdade Max Planck e a Faculdade de Tecnologia (Fatec), nas quais são também oferecidos cursos de pós-graduação formando profissionais talentosos para atuarem nos diversos setores econômicos.

No que se refere ao comércio, na década de 1930, a dependência comercial de Indaiatuba era muito grande, pois, para a compra de grande parte de mercadorias e ter acesso a vários serviços, os indaiatubanos tinham que recorrer às cidades vizinhas como Campinas e Itu.

Com o desenvolvimento industrial e o crescimento populacional, especialmente a partir da década de 1970, a sociedade indaiatubana alcançou níveis financeiros maiores, o que aumentou a demanda por serviços e mercadorias.

Inicialmente a concentração comercial foi praticamente só no centro da cidade.

Entretanto, com o surgimento de novos núcleos habitacionais e a formação de outros bairros, o comércio foi se expandindo e descentralizando-se.

É o caso, por exemplo, do que ocorreu para o surgimento dos polos comerciais da Cidade Nova, Cecap (Núcleo Habitacional Brigadeiro Faria Lima) e Jardim Morada do Sul.

Por outro lado, a medida que a cidade deixou gradualmente sua tradição agrária e começou a se inserir num contexto urbano, condicionando sua população a uma mudança de valores e costumes surgiu um mercado significativo e atrativo e aí diversos segmentos comerciais, que atuavam em outras cidades com suas redes de lojas, vieram se instalar em Indaiatuba.

Atualmente a cidade já possui três *shopping centers*: o Jaraguá, situado no centro da cidade, o que possui um fluxo de pessoas de aproximadamente 150 mil pessoas por mês, com salas de cinema e algumas lojas-âncora; o Polo Shopping Indaiatuba com várias lojas-âncora e umas 170 lojas, uma boa praça de alimentação, cinco salas de cinema, ficando as margens da rodovia SP-75 e o Parque Mall (inaugurado em 2014) localizado na rua das Orquídeas, no Jardim Pompéia, que abriga diversas lojas e serviços, inclusive públicos, tais como o Poupatempo e cartórios.

E os empresários não param de investir em empreendimentos que possibilitem a expansão de novos negócios na cidade, bem como dar mais opções para boas compras e lazer em Indaiatuba.

Esse é o caso do lançamento do Villarejo Centro Comercial, localizado em umas das áreas mais privilegiadas do distrito industrial de Indaiatuba.

O Villarejo Centro Comercial tem como principal objetivo garantir a comodidade e praticidade dos funcionários, clientes e fornecedores das centenas – cerca de 800 – de empresas instaladas na região.

Com um conceito e formato baseados nos complexos maiores, como os *shopping centers*, o Villarejo possui um *mix* de lojas e serviços direcionados às necessidades e ao perfil das empresas e indústrias que estão ao seu redor, além de oferecer todas as facilidade que compõem esse tipo de empreendimento como facilidade de acesso,

Um aspecto do Villarejo Centro Comercial, com capacidade para 29 lojas e 122 vagas de estacionamento.

estacionamento amplo, segurança e praça de alimentação.

Tudo isso tem amenizado em muito a necessidade dos indaiatubanos de irem a outras cidades para adquirir produtos, se bem que em Campinas estão alguns dos maiores e melhores *shopping centers* do Brasil e que acabam atraindo não só pelos seus preços, mas também pela variedade, não só os moradores da RMC, mas até de habitantes de cidades que ficam mais longe.

O serviço de transporte público é utilizado pela Viação Indaiatubana Ltda. com uma boa frota de veículos, que atendem o município por meio de dezenas de linhas, havendo na cidade sete terminais de ônibus urbano.

Há em Indaiatuba linhas de ônibus que transportam os seus moradores para todos os municípios limítrofes: Monte Mor, Campinas, Itupeva, Elias Fausto, Itu, Salto e Cabreúva, para as cidades próximas como Jundiaí, Vinhedo, Itapetininga, Tatuí etc., bem como outras mais distantes: caso de Presidente Prudente, Ourinhos, Assis e até algumas que ficam no Estado do Paraná.

Como já se destacou a principal estrada de acesso a Indaiatuba é através da rodovia Eng. Ermênio de Oliveira Penteado (SP-75) que dá acesso às principais rodovias paulista como Bandeirantes (SP-348), Castello Branco (SP-280), Anhanguera (SP-330) e do Açúcar (SP-308) que possibilitam chegar aos principais polos econômicos do Estado.

Apesar de Indaiatuba ter um acesso facilitado pelas rodovias, e de estar bem próxima do aeroporto internacional de Viracopos, o que permite chegar rapidamente a muitas cidades do Brasil e do exterior, seria muito bom se voltasse a ser usado com intensidade o transporte com trens especialmente para as cargas operacionais das empresas, aumentando a eficiência no escoamento de sua produção, bem como a sua competitividade.

Finalmente deve-se destacar que com o seu crescimento, Indaiatuba se tornou uma **cidade turística**, caminhando decididamente para ser cada vez mais uma **cidade criativa**.

Seu principal ponto turístico é o belíssimo Parque Ecológico, no qual está um monumento com a inscrição **"Indaiatuba: nosso sol tem calor da amizade"**, que é uma mensagem clara para a recepção e atração de visitantes para a cidade.

Destaca-se bastante o **turismo de negócios** – o que faz crescer na cidade a sua rede hoteleira e o número de bons restaurantes – pela existência de um número considerável de empresas na cidade, bem como o **turismo religioso**.

Em Indaiatuba estão alguns prédios históricos como:

- - O santuário ecológico Santa Rita de Cássia, que possui uma árvore no seu interior.
- A igreja matriz Nossa Senhora da Candelária, uma das poucas edificações religiosas de taipa de pilão que existem no Estado.
- A igreja Nossa Senhora de Lourdes, na colônia Helvetia.
- Casa de Retiro Vila Kostka, na qual ocorreram, até maio de 2009, as assembleias da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil.

Também houve um significativo incremento do turismo rural, visto que no município estão várias propriedades agrícolas, produtores de uva de mesa, que atraem muito os visitantes.

Não se pode esquecer dos eventos esportivos como os campeonatos de *motocross*, *bicicross*, *skate*, luta de braço etc., em nível regional, estadual, nacional e até internacional.

A cidade conta também com diversos campos de polo hípico, ocupando por isso

Indaiatuba é considerada a **"capital da prática do polo"** no Brasil.

mesmo a posição de destaque nesse esporte no Brasil e no mundo.

Indaiatuba é considerada a **"capital da prática do polo**" no Brasil.

A modalidade envolve sempre a disputa entre duas equipes, cada uma com quatro atletas no meio de campo e um atacante.

O objetivo do esporte é marcar o maior número de gols, conduzindo uma bola com o uso de tacos até o gol do adversário.

Tudo isso, é claro, montado em cavalos que passam por treinamentos rigorosos e pode-se dizer que são os grandes protagonistas do jogo, pois o seu condicionamento é essencial para se ter sucesso na competição.

Aliás, os cavalos fazem treinos diários, ou seja, eles são como os corredores ou os tenistas, precisam estar sempre em forma.

Naturalmente os jogadores também fazem treinos específicos montados neles, aprendendo especialmente como golpear a bola com o taco.

O polo é um dos esportes que está muito associado a quem tem alto poder aquisitivo pois é preciso manter excelentes cavalos, treiná-los e ter um bom campo para poder jogar!

Na verdade, nem todo jogador de polo é rico, mas o esporte exige que alguém seja dono dos cavalos e de um campo, algo como um patrão. Existem assim atletas que jogam para esse patrão, com a peculiaridade de que esse patrão geralmente joga com eles também.

Assim para quem tiver vontade de jogar polo e mora no interior paulista a boa notícia é que em Indaiatuba no raio de 15 km do seu centro há quase 30 campos de polo, por isso é que aí mais se pratica esse esporte no Brasil.

Normalmente quase todos os torneios mais importantes do País acontecem em Indaiatuba, o que criou uma grande **visitabilidade** – a vinda de outras equipes e acompanhantes – e gerou muitos empregos para todos aqueles envolvidos diretamente e indiretamente com a organização e realização desses torneios.

De acordo com os dados da Confederação Brasileira de Polo, entre as competições mais importantes que a cidade recebe estão o Campeonato Brasileiro, a Copa Giorgio Moroni e o Aberto do Helvetia.

Esses torneios formam a chamada **tríplice coroa brasileira**!!!

Não é, pois, por acaso que quando acontecem essas competições os céus de Indaiatuba recebem dezenas de helicópteros trazendo espectadores e jogadores abonados, principalmente vindos de São Paulo.

O município possui hoje um time de futebol profissional, o Esporte Clube Primavera, que participou, em 2017, da Série A3 (terceira divisão) do Campeonato Paulista de futebol, mandando os seus jogos no estádio Ítalo Mário Limongi.

E além disso, na cidade muitos indaiatubanos praticam o ciclismo, natação, futebol de salão, futebol amador, handebol, futebol norte-americano, rúgbi etc. com equipes formadas nas IEs, nos clubes e pela secretaria municipal de Esportes, disputando campeonatos em diversos níveis.

Existem, portanto, os esportistas para se pensar em ter equipes profissionais bem **competitivas** na cidade, o que faria com que os munícipes e os moradores de outras cidades tivessem mais uma opção de entretenimento, ou seja, torcer por elas quando enfrentassem times de outros lugares!!!

A partir da esquerda, o ex-prefeito Reinaldo Nogueira Lopes Cruz cumprimentando o prefeito eleito de Indaiatuba em 2016, Nilson Gaspar, acompanhados de Rogerio Nogueira.

OKI SATO BRILHOU COM SUAS CRIAÇÕES NA SEMANA DO *DESIGN* DE MILÃO

O criativo *designer* Oki Sato.

Na última Semana do *Design* de Milão, de 2017, não há dúvida de que o público consagrou como a **principal figura** do evento o *designer* japonês radicado no Canadá, Oki Sato, do estúdio Nendo!!!

Isso aconteceu não apenas por conta de sua capacidade de **evidenciar o simples**, dando forma a objetos que de tão óbvios – e necessários – chegam a surpreender por nunca terem sido criados, mas também pelo frescor que ele imprimiu às suas criações.

O *designer* já fez lançamentos expressivos para nada menos que dez empresas italianas de primeiro time, e explicou seu catálogo para a abertura da mostra *Invisible Outlines* (*Contornos Invisíveis*) da seguinte maneira: "Nossa tendência é perceber a existência e o posicionamento dos objetos seguindo seus contornos, e distinguir o dentro e o fora a partir deles."

A exposição de Oki Sato ocupou integralmente os três andares da loja do estilista Jill Sander, no centro de Milão, gerando nos horários de pico filas de espera de quase 1 km durante toda a semana de *design* milanesa.

No seu excelente artigo sobre o *designer* Oki Sato, no suplemento *Casa* do Jornal *O Estado de S. Paulo*, (4/6/2017), o articulista Marcelo Lima escreveu: "Reunidas em torno do tema *Invisible Outlines*, 16 coleções do *designer* Oki Sato estavam representadas, ou, por vezes, apenas insinuadas dentro de um cenário quase integralmente branco, por entre o qual ele se propunha a manipular os contornos de suas criações, das maneiras mais inesperadas. Ora realçando-as pela luz, ora trazendo linhas apenas percebidas pelos sentidos, mas nem sempre presentes no desenho dos móveis e objetos convencionais."

O próprio *designer* explicou: "Dentro do espaço onde vivemos há itens que se movem em meio às nossas atividades diárias. Portas de armários, por exemplo. Embora não visíveis, estamos, ao menos inconscientemente, alertas aos traços deixados por esses movimentos. Assim, no meu trabalho, procuro dar uma existência física a esses "**rastros**" produzidos pela abertura e

pelo fechamento de portas. Estes passaram a existir por meio de tiras de metal."

E para tornar visíveis os contornos de suas criações, Oki Sato fez uma simples contraposição de superfícies brancas e pretas, como se nota no vaso *Lean* e na mesa *Ballerina*, da Marsotto Edizioni, ou então na série *Gaku*, para a Flos.

Em algumas de suas criações o *designer* abandonou a sua postura conceitual e se abriu mais para o lúdico. Isso se percebeu claramente nas suas mesas laterais *Tent*, com iluminação embutida que se parecem com tendas indígenas. Elas foram feitas para a Cappellini. Oki Sato as descreveu da seguinte maneira: "Procurei colocar ao alcance das mãos do usuário um tipo de esconderijo. Um local onde ele pudesse guardar os seus itens mais secretos!?!?"

E dentro do mesmo enfoque, ao ser convidado pela Kartell para fazer uma releitura do célebre *Componibili*, o armário cilíndrico desenhado originalmente por Ana Castelli (uma peça que acaba de completar 50 anos), o *designer* fez uma abordagem nada convencional.

Peças da série *Gaku*.

Mesa Ballerina.

Oki Sato deve ser uma referência para todo aquele que tiver como objetivo especializar-se em *design* – um setor incrível da economia criativa (EC). Este, aliás, é um campo no qual as pessoas que se destacam são muito bem remuneradas, além de se sentirem muito felizes pelos objetos que criam para tornar os ambientes mais belos e, ao mesmo tempo, oferecer mais conforto para os que utilizam esses espaços!!!

"Nossa tendência é perceber a existência e o posicionamento dos objetos seguindo seus contornos, e distinguir o dentro e o fora a partir deles."

JEAFISH PING / SHUTTERSTOCK.COM

O espetacular estádio Old Trafford aonde joga o Manchester United.

A ELITE FUTEBOLÍSTICA DA EUROPA **GANHANDO CADA VEZ MAIS!!!**

Ninguém discute que o futebol é uma grande paixão em muitos países do mundo, especialmente no continente europeu. No fim de maio de 2017, a empresa de auditoria KPMG divulgou um relatório no qual ficou claro que os maiores times de futebol da Europa tiveram um incremento de cerca de 10% no seu valor, pois passaram a valer **€ 30 bilhões**, enquanto um ano antes esse montante era de € 27 bilhões.

Isso naturalmente foi impulsionado principalmente pelos novos acordos de transmissão dos jogos pela televisão, que alcançaram cifras sem precedentes. Assim, as receitas dos 32 maiores clubes do continente europeu também crescerem algo em torno de 14% em 2016, em comparação com 2015.

Na liderança desse *ranking* aparece o Manchester United, que em 24 de maio de 2017 venceu o Ajax da Holanda por dois a zero, tornando-se campeão da Liga Europeia e garantindo uma vaga na fase de grupos da próxima Liga dos Campeões, a mais importante competição de futebol do planeta.

José Mourinho, o polêmico (e ao mesmo tempo competente) técnico do Manchester United, conquistou uma importante marca em sua carreira com o 25º título, o terceiro no comando dessa equipe que venceu recentemente a Supercopa da Inglaterra e a Copa da Liga Inglesa. E o Manchester United é a equipe de maior valor do mercado: está avaliada em € 3 bilhões (Bom para os seus proprietários, não é?), ou seja, um valor superior a toda a renda obtida pelos 20 clubes brasileiros que disputaram a Série A do Campeonato Brasileiro de 2016!!!

Dos 13 times mais valorizados do mundo, seis são britânicos (os outros cinco são: Manchester City, Arsenal, Chelsea, Liverpool e Tottenham). E sem dúvida é a TV que

A equipe inglesa do Manchester United, campeã da Liga Europeia de 2017.

VERVERIDIS VASILIS / SHUTTERSTOCK.COM

tem garantido grandes receitas aos clubes europeus. Todavia, é importante destacar que eles têm seguido as regras financeiras estabelecidas pela UEFA (sigla em inglês para United European Futebol Association), criando com isso mais estabilidade no mundo do futebol, além de gastos também mais sustentáveis. Segundo essas regras, um clube pode gastar apenas o que arrecada, o que levou muitos deles a se transformarem em empresas **bem administradas**, ou seja, que operam de forma profissional.

Nesse *ranking*, a segunda e terceira posição são ocupados pelas equipes espanholas do Real Madrid e Barcelona, respectivamente, e na quarta posição aparece o Bayern de Munique. Para a KPMG, não há dúvidas de que os valores dos clubes continuarão se expandindo nos próximos anos, isso porque em países como Turquia, França, Itália e Alemanha, novos acordos foram assinados, garantindo-lhes uma renda superior!!!

Por exemplo, na Espanha, a Telefônica investiu € 600 milhões (cerca de R$ 2,2 bilhões) para ter o direito de transmissão de todos os jogos da Liga. E os clubes ainda ganharão mais € 400 milhões (R$ 1,4 bilhão) pela transmissão para outros países. Enquanto isso, os contratos na Alemanha tiveram um aumento de 85%, com um total de € 4,6 bilhões (algo como R$ 16,3 bilhões) a serem pagos nos próximos quatro anos.

E talvez o principal motivo para que os canais de televisão concordem em pagar tanto dinheiro para transmitir os jogos de futebol esteja no fato de as equipes apresentarem uma grande diversidade em termos de jogadores. Isso por si só praticamente assegura milhões de espectadores que estão espalhados pelo mundo, em especial naquelas nações que têm mais representantes nesses times.

Um ótimo exemplo foi o que aconteceu no encontro entre os dois melhores times da Europa (Real Madrid, o vencedor, e Juventos) na decisão da Liga dos Campeões em 2017. Somente nessas duas equipes atuam profissionais de 19 países. É óbvio que a maioria deles era da Itália e da Espanha (10 de cada país), mas o Brasil também esteve presente com seis jogadores (Marcelo, Danilo, Casemiro e Neto, pelo Real Madri; e Daniel Alves e Alex Sandro, pela Juventus). Da Croácia havia três atletas; de Portugal, da França, da Alemanha, da Colômbia e da Argentina, havia 2 jogadores; já Costa Rica, Áustria, País de Gales, Indonésia, Marrocos, Suíça, Bósnia, Gabão, Venezuela e Gana cederam 1 jogador cada.

Não é por acaso, portanto, que além de toda a beleza do jogo – estavam em campo alguns dos melhores jogadores do mundo (dentre eles o melhor jogador do planeta na atualidade, o português Cristiano Ronaldo) –, o evento atraia a atenção de muita gente pelo forte apelo dessa composição étnica tão diversa. O fato é que assistir a um jogo de futebol, seja no estádio ou pela TV, é sem dúvida um dos **entretenimentos** preferidos das pessoas. E estima-se que essa partida em especial tenha sido vista por mais de 200 milhões de pessoas no mundo, o que alavancou muitos os negócios de um modo geral: por exemplo, muitos desses expectadores, especialmente na Itália e na Espanha, estiveram em restaurantes ou em outros locais onde torcidas organizadas apoiaram seus times.

O melhor jogador de futebol do mundo, o português Cristiano Ronaldo.

VERVERIDIS VASILIS / SHUTTERSTOCK.COM

ANDRIY BLOKHIN/SHUTTERSTOCK.COM

CRESCE O NÚMERO DE *CHEFS*

Os atrativos *food trucks* em uma rua próxima ao National Mall, em Washington (EUA).

Depois da crise financeira que surgiu nos EUA (Estados Unidos da América) em 2008, e alastrou-se pelo mundo, milhões de pessoas perderam seus empregos, inclusive muitos *chefs* de cozinha. Isso fez com que surgissem no país muitos empreendedores no ramo da alimentação. Alguns deles tiveram a ideia de começar a vender alimentos em **cozinhas móveis**, ou seja, espaços **sobre rodas** instalados nas ruas, bem próximos das calçadas – são os chamados *food trucks* (*trailers* de comida) que comercializam sanduiches, churrascos, doces etc.

Esses espaços *gourmet* móveis se espalharam por muitas cidades dos EUA, como Portland, Filadélfia, Minneapolis, Los Angeles etc. Estima-se que, atualmente, esse mercado movimente mais de US$ 1,2 bilhão no país. Vale destacar que o negócio de *food trucks* nos EUA se estruturou a partir da venda de quitutes e acepipes com preços relativamente baixos e da utilização inteligente das redes sociais para divulgar a sua existência.

Percebe-se, entretanto, que em muitas cidades norte-americanas os donos de restaurantes tradicionais têm se mostrado cada vez mais assustados e com medo de perder seus clientes para essa grande frota de *food trucks* que se espalhou pelas redondezas. Ocorre que, pelo menos em parte, tal preocupação é descabida. De acordo com o departamento de Estatísticas de Trabalho dos EUA, os condados do país nos quais esses estabelecimentos itinerantes tiveram maior expansão, foram os mesmos em que as atividades de restaurantes e bufês mais cresceram!!!

O fato é que as administrações de muitas cidades dos EUA têm encarado o surgimento dos *food trucks* como um modismo e, inclusive, com um certo desconforto, uma vez que, segundo elas, esses veículos atrapalham um pouco o transito e representam uma certa ameaça para alguns restaurantes já estabelecidos. Apesar disso, essas autoridades não têm procurado restringi-los. Pelo contrário, elas até os incentivam, embora com moderação. Na cidade de Portland, por exemplo, que se tornou muito conhecida por sua variada e vibrante oferta gastronômica, esses veículos (caminhõezinhos, *vans*, *trailers* e até barracas de comida) deram um novo colorido às ruas na última década.

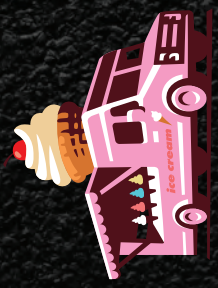
Aliás, ainda em 2008, uma pesquisa desenvolvida pela Universidade Estadual

NAS CALÇADAS DAS CIDADES NORTE-AMERICANAS!!!

de Portland mostrou que essa atividade de oferta de alimentação beneficiava muito os moradores da cidade, que assim tinham emprego e as autoridades governamentais passaram inclusive a incentivar a utilização de terrenos baldios para a criação de pátios repletos de *food trucks*.

Segundo uma estimativa feita pelo *site* Food Chain Portland, os cerca de 600 mil habitantes que vivem na cidade podem escolher entre mais de 500 *food trucks* para lambiscar alguma iguaria ou fazer um lanche rápido sem precisar dirigir-se a um restaurante, inclusive das grandes cadeias de *fast-food* ("gênero de comida preparado e servido de forma rápida").

Em contrapartida, também existem lugares nos EUA nas quais a "revolução" dos *food trucks* está bem **estagnada**. A questão é que cada cidade do país está sujeita a uma grande miscelânea de leis estaduais e municipais, em especial no que se refere ao setor de alimentação. E em poucos locais nos EUA as regras são mais **rígidas** do que em Chicago. Ali, por causa da forte influência do poderoso segmento de restaurantes, as autoridades proíbem que *food trucks* estacionem a menos de 60 m de restaurantes, lanchonetes, padarias ou quaisquer



outros estabelecimentos de alimentação. Além disso, esses espaços móveis não podem permanecer no mesmo local por mais de **duas horas**!?!? Aliás, todos os veículos dessa natureza devem contar com um dispositivo GPS (sistema de localização por satélite), que registra sua localização a cada 5 min, sob pena de seus proprietários serem punidos com multas pesadas.

Claro que todas essas restrições acabaram estancando a evolução dos *food trucks* em Chicago, também chamada de **"cidade dos restaurantes"**, onde, aliás, é pouco propício caminhar pelas ruas pois venta muito. Segundo um levantamento realizado no início de 2017, havia na cidade cerca de 7 mil restaurantes, 144 cervejarias artesanais e apenas 70 *food trucks* licenciados!!!

Em Nova York e Boston, os proprietários dos *food trucks* também não têm vida fácil. Na primeira, por exemplo, é necessário ter uma licença da prefeitura que só é válida por dois anos. Para obtê-la, entretanto, é preciso encarar uma fila de espera de 15 anos (!?!?). Uma outra "saída" é desembolsar até US$ 25 mil pelo "aluguel" do documento no mercado negro. Com isso é preciso ser bem ousado para se ter um *food truck* em Nova York. Por seu turno, em Boston os *chefs* itinerantes têm de disputar o direito de ocupar um lugar nas ruas, em localidades e horários específicos, participando de um sorteio anual.

Por essas razões, muitos proprietários de *food trucks* norte-americanos estão procurando se deslocar para cidades onde as leis que regulamentam seu funcionamento sejam menos rigorosas. Um fato, entretanto, é indiscutível: na 2ª década do século XXI, o poder dos restaurantes fixos têm diminuído, uma vez que as pessoas querem comer bem e pagar um preço justo por isso. Isso se tornou possível ao se recorrer a esses **"*chefs* do asfalto"**, que graças à tecnologia implementada em seus veículos têm condições de oferecer alimentos com todas os cuidados higiênicos.

E você, caro (a) leitor (a) da *Criática*, se você quiser empreender e montar seu próprio *food truck*, já sabe quais são as regras a serem cumpridas para evitar a informalidade e as decorrentes sanções por parte das autoridades públicas?

NÃO FALARÁS PALAVRÕES,

MAS PARECE QUE VIVEMOS NUM AMBIENTE PROPÍCIO PARA O ANALISTA DE BAGÉ!!!

Depois da mania do **politicamente correto** (será que ela emplacou?), depois do pânico causado pelos processos por assédio sexual (muita gente foi punida por causa desse comportamento...), o que talvez deva surgir é a **coibição de palavrões**, em especial na grande maioria dos programas humorísticos e no linguajar cotidiano.

E entendimento de muita gente é o de que, além de uma grande falta de respeito com aqueles que os escutam, falar palavrões polui o ambiente com negatividade e afeta o moral e a atitude de quem os fala. É verdade que nos ambientes em que as pessoas trabalham sob grande pressão, os palavrões até podem ser **aceitáveis** (diante de eventos desastrosos, por exemplo...).

Todavia, não é nada fácil promover uma cruzada antixingamento. Para isso, o indivíduo certamente terá de seguir algo semelhante a um **decálogo antipalavrões**, como o apresentado a seguir:

NÃO PROFERIRÁS PALAVRÕES

1º) Reconheça que falar palavrões causa intrigas. Usando um palavrão você não prova sua inteligência nem apresenta um argumento vencedor. O palavrão não estimula ninguém e eventualmente é capaz de intimidar.

2º) Imagine que a sua avó ou a sua filha está ao seu lado e comece dessa maneira a eliminar os palavrões casuais.

3º) Pense positivo e encare apenas os aspectos positivos dos desafios ou das situações complicadas.

4º) Exercite a paciência. Assim, caso esteja preso(a) no trânsito, no lugar de xingar a mãe do motorista que está na sua frente deslocando-se devagar, pense nas tarefas que executou bem ao longo do dia (ou no dia anterior).

5º) Aguente firme os percalços. O dia está sempre repleto de problemas, mas palavrões não irão resolvê-los.

6º) Pare de reclamar e xingar. No lugar disso, busque soluções criativas e torne-se admirado por causa de sua **sabedoria** e **calma**!!!

7º) No lugar de palavrões, utilize palavras alternativas que também tenham um impacto sobre quem as escuta. Faça uma lista bem criativa (inspire-se em livros como o *Analista de Bagé*, por exemplo).

8º) Difunda sua opinião educadamente, sem usar palavrões. Existem muitas frases que podem ser muito ofensivas, mesmo sem a presença deles.

9º) Pense sempre na oportunidade que você perdeu de ficar calado(a) ou de dizer a mesma coisa de outra forma (sem dizer palavrões).

10º) Exercite seus novos hábitos com a exclusão dos palavrões de sua vida. Além disso, ao eliminá-los, divulgue para amigos e pessoas da família que ao fazê-lo, libertou-se de um vício.

Bem, é claro que a transição plena para um comportamento em que você não mais se utilizará de palavrões em sua comunicação com os outros não será muito simples. Por causa disso, faz-se necessário manter **uma certa grosseria**, com **pitadas de sarcasmo**.

E, nesse caso, deve-se partir para um estágio no qual o seu comportamento seja próximo do personagem título – o analista de Bagé – do livro do escritor Luís Fernando Veríssimo. Lançado em 1981, *O Analista de Bagé* já teve mais de 100 edições. Trata-se de uma coletânea de histórias de um analista que é o estereótipo do gaúcho machão e que diz frases bem-humoradas, mas nada corretas, misturando psicologia a ditos populares dos pampas. Um bom exemplo disso é: "Tolero de tudo, menos bombacha com miçangas. Tem que haver um limite." E dentro dessa linha, sua mais famosa contribuição para a psicanálise é a **terapia do joelhaço**, o golpe na virilha que ele aplicava nos "pacientes desorientados" com a finalidade de "sacudir as suas ideias e restabelecer todas as prioridades".

E não é só isso que os pacientes do analista recebiam. Em alguns ele dava tapas, em outros croques (com a mão inteira fechada...). Também há os que ganhavam cabeçadas etc. Enfim, a terapia usada pelo analista de Bagé sempre envolveu algum tipo de castigo físico para acabar com os devaneios ou comportamentos incorretos deles. Sem dúvida, o perigo de se tornar adepto das práticas do analista de Bagé para resolver problemas, é acabar sendo processado por se utilizar de agressões físicas no lugar dos palavrões!!!

Caro(o) leitor(a) da *Criática*, note que especialmente no Brasil, vivemos a chamada **era da politização** na qual se percebe muita gente xingando e falando palavrões (basta ouvir as gravações de conversas telefônicas entre alguns políticos). Ao mesmo tempo, surgem a todo instante pessoas querendo partir para o confronto físico e trocar pontapés, empurrões etc., e até mesmo desejando "comer o fígado uns dos outros".

Infelizmente, estamos assistindo a tudo isso com muita tristeza, almejando que a situação mude. Isso deve começar pelas pessoas que tiveram educação, que precisam eliminar os xingamentos do seu vocabulário (afinal, eles não tornam a nada mais engraçado...) e diminuir a violência, partindo assim para um convívio mais civilizado e pacífico.

O interessante livro *Todas as Histórias do Analista de Bagé.*

T PHOTOGRAPHY / SHUTTERSTOCK.COM

Um aspecto do palácio Pitti onde ocorreu o desfile da Gucci.

O **ESPETACULAR DESFILE** DA **GUCCI** EM FLORENÇA!!!

Aberto exclusivamente para cerca de 400 convidados da marca, o desfile promovido pela Gucci no dia 29 de maio de 2017 no palácio Pitti, em Florença (Itália), foi incrível. O evento foi criado pelo estilista romano Alessandro Michele, que há três anos assumiu a direção criativa da empresa e vem conquistando sucessivos elogios da crítica e do público. Sob sua gestão as vendas da empresa aumentaram de maneira inimaginável até mesmo por seus diretores financeiros!!!

É claro que isso deu ao ousado estilista – que destaca que saber rir de si mesmo é uma característica de pessoas seguras e divertidas – muito poder para fazer coisas incríveis, inclusive "brincadeiras" não muito politicamente corretas. Sua coleção de 2017 foi apresentada entre obras-primas do Renascimento e do período barroco, em uma passarela que utilizou sete salas da Galeria Palatina, repleta de quadros e esculturas clássicas.

Em suas principais criações fica evidente uma autoironia luminosa e logotipada. Isso pode ser observado, por exemplo, no uso do nome da empresa escrito (bordado ou estampado) propositalmente da forma errada nas roupas e nos acessórios, que ostentam palavras como "Guccy" (como se fosse uma cópia chinesa), "Guccification" e "Guccify Yourself"!!!

Numa curiosa inversão de valores, para se dizer o mínimo, essas peças parodiaram as criações de Dapper Dan, um estilista do Harlem (Nova York) que ficou famoso nos anos 1980 pirateando roupas da Gucci para os *rappers* locais. Assim, em um ritmo que celebra o passado e a cópia, Alessandro Michele "recopiou" o estilista que copiou a Gucci e outras grifes e, com isso, incendiou o debate sobre a **apropriação cultural**, em especial na Internet e nas redes sociais.

Os convidados viram dessa maneira, *jeans*, camisetas e todo o vestuário básico da moda, ao lado de casacos de pele, vestidos-

As roupas exibidas pela Gucci em Florença.

coluna (estilo grego), peças bem delicadas de tecidos finos e florais. O Renascimento serviu de pano de fundo para mostrar a coleção, que teve como musa inspiradora a Vênus de Botticelli. Aliás, quem analisar toda a obra criada por Alessandro Michele perceberá imediatamente o quanto ele "respira" a atmosfera barroca e rebuscada.

Nessa apresentação, dentro de uma salada de estilos houve espaço para um pouco de tudo. Numa série de misturas extravagantes, mas fotogênicas, mostrou-se do *preppy* (moda estilo "colegial") ao estilo *hip-hop*; do *hipster*, com bordados e aplicações *vintage* e românticas ao *geek* mesclado ao andrógino. Foram ao todo 115 *looks*, ou melhor dizendo, 115 **capítulos** que contaram diferentes histórias e levaram o público à conclusão de que **a era das tendências acabou**!!!

Vale ressaltar que para Alessandro Michele a palavra tendência está totalmente fora da moda!?!? De fato, vivemos em uma época em que ninguém mais está autorizado a ditar o que se pode ou não vestir. Ou seja, em tempos em que a elegância e o bom gosto foram totalmente relativizados, não faz mais sentido impor um único caminho certo para o guarda-roupa alheio. Assim, ficou claro para as grifes – e particularmente para a Gucci – que é preciso ampliar ao máximo o leque de opções dos clientes, revisitando sempre que possível a **estética clássica**, que é **eterna** e, portanto, nunca sai de moda!!!

Mas, além do desfile propriamente dito, não se pode deixar de destacar o ambiente em que foram introduzidos os convidados – clientes, celebridades e jornalistas – que iriam acompanhá-lo. Todos foram recepcionados na Galeria Uffizi, um dos maiores museus da Itália. Construído em Florença entre 1560 e 1580, ele foi aberto exclusivamente para o evento. O *tour* começou pela sala de Botticelli, seguiu através do corredor Vasari, chegou ao palácio Pitti, por um estreito corredor secreto construído pelos Medicis, os grandes patronos do período renascentista.

Na plateia, acomodada em banquinhos de lona, estiveram Elton John, Dakota Johnson, Kirsten Dunst, Jared Leto e Beth Ditto, que depois do desfile fez um *show*, numa apresentação armada no jardim Boboli.

O incrível e criativo desfile de Alessandro Michele.

CANTORES SERTANEJOS INVADEM AS **FESTAS DE SÃO JOÃO NO NORDESTE!!!**

Um grande público prestigiou as festas juninas do nordeste.

Por incrível que pareça, a música sertaneja está invadindo cada vez mais os tradicionais redutos do forró. Neste sentido, a cantora Elba Ramalho comentou: "No Nordeste, quando foram lançadas em abril de 2017 as programações das grandes festas juninas da região, especialmente nas cidades de Caruaru, Campina Grande e Mossoró, os artistas nordestinos e o povo resolveram fazer uma campanha chamada **'Devolvam meu São João'**, porque nelas estavam se sobressaindo as duplas sertanejas, e não as de forrozeiros.

E isso não é culpa das duplas, que geralmente são compostas por grandes artistas que, inclusive, lotam os locais onde se apresentam. A questão que isso está incomodando as pessoas que vivem no Nordeste, que desejam um junho voltado para São João. Assim, não se pode ter uma grade que contemple 18 sertanejos e apenas dois forrozeiros. Afinal, não é 'festa do Peão', mas sim 'festa de São João'. Na minha terra, onde já me apresento há pelo menos 16 anos, tive que pedir a interferência de um prefeito para que fosse incluída na programação."

A cantora sertaneja Marília Mendonça, por sua vez, não gostou dessa campanha e durante uma apresentação na cidade de São João da Capitá, no Estado de Pernambuco, desabafou:

A programação completa do São João de Patos 2017, no sertão da Paraíba. A festa acontece no Terreiro do Forró.

"Vai ter sertanejo no São João sim, viu? Porque quem quer isso é o público!!!"

Foi aí que entrou na polêmica o cantor Alcymar Monteiro, conhecido como o "**rei do forró**", que inclusive chamou os músicos sertanejos de **"breganejos"**!?!? Ele explicou: "Não quere ofender ninguém, mas as festas juninas tiveram como 'pai' o cantor e compositor Luiz Gonzaga do Nascimento. Além disso, as festas de São João têm um dono: o povo. Acima disso, abaixo disso, além disso e fora disso, **não é São João**. Podem chamar de qualquer coisa, até de Festival Junino, mas por favor, não o chamem de São João. Enquanto vivo estiver, serei um defensor intransigente da minha cultura nordestina. Não porque ela seja melhor ou pior, mas porque **é genuína**! Por isso, peço encarecidamente aos que só querem atenção: **deixem em paz o meu Nordeste e devolvam nosso São João**."

Mas a despeito de todas as discussões, é preciso lembrar que as festas juninas ocorrem no Brasil todo, não apenas no Nordeste. Todavia, não se tem um número suficiente de forrozeiros que possam animá-las. Por exemplo, só na cidade de São Paulo, durante o mês de junho foram programadas mais de 100 festas juninas, algumas bem tradicionais, como: *Arraial da Cidade*, *São João de Nóis Tudim* (sic), a *Festa Junina do Palmeiras*, o arraial *Nos Trilhos*, a *Festa de Santo Antônio* etc. E claro que algumas delas tiveram como atrações principais cantores como Tiago Abravanel, Anitta, a dupla Patati Patatá, Maiara e Maraisa etc., mas também o grupo de forró Quarteto de Luís, a banda Xaxado Novo, a banda de forró Rastapé e a própria Elba Ramalho!!!

Como se vê, os forrozeiros foram prestigiados onde foi possível. Porém, o que realmente falta é um número maior de artistas (tanto de forró quanto sertanejos) para animar bem essas incríveis festas de junho.

LIVEPHOTO / SHUTTERSTOCK.COM

O APOIO À **INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL** NO CANADÁ!!!

O MaRS Centre em Toronto onde são feitas as pesquisas tecnológicas, especialmente no setor médico.

Muito antes de o Google começar a pesquisar e trabalhar com carros autônomos e de a Amazon criar eletrodomésticos falantes, diversos pesquisadores no Canadá, com apoio do seu governo e de suas universidades, já estavam pavimentando o caminho para se chegar ao atual *boom* da inteligência artificial (IA). E esse centro da febre comercial voltada para a IA está muito longe do Vale do Silício, na Califórnia (EUA).

Durante muitos anos, um grande número de talentosos jovens canadenses, cientistas de IA, foram atraídos pelos bons salários oferecidos por empresas dos EUA, como Apple, Facebook, Google etc. Agora, entretanto, tornou-se uma prioridade para o governo canadense trazer esses profissionais de volta para o país e, assim, construir ali um rentável ambiente de negócios focados em IA.

Com essa finalidade, tem-se aproveitado a tenacidade dos pesquisadores canadenses veteranos, como Geoffrey Hinton, Richard Sutton e Yoshua Bengio. Estes desenvolveram técnicas inovadoras que propiciaram avanços notáveis na tecnologia de IA – o **aprendizado de máquina** –, mesmo quando muitos outros cientistas consideravam seu trabalho pouco promissor!?!?

O fato é que o atual primeiro-ministro do Canadá, Justin Trudeau, decidiu apoiar os centros de pesquisa de IA, nas cidades de Toronto, Montreal e Edmonton. Neste sentido, destinou US$ 93 milhões de seu novo orçamento para essa finalidade. Mas ele não está sozinho. Na verdade, o governo também conta com a colaboração do setor privado.

Um dos beneficiados pela injeção de recursos foi o Vector Institute for Artificial Intelligence, em Toronto, que recebeu in-

vestimentos da ordem de US$ 130 milhões. Aproximadamente metade desse dinheiro provém dos governos nacional e provincial; os outros 50% vem de patrocinadores corporativos como Google, Accenture e Nvidia, além de grandes empresas canadenses como o Royal Bank of Canada, o Scotia Bank e a Air Canada.

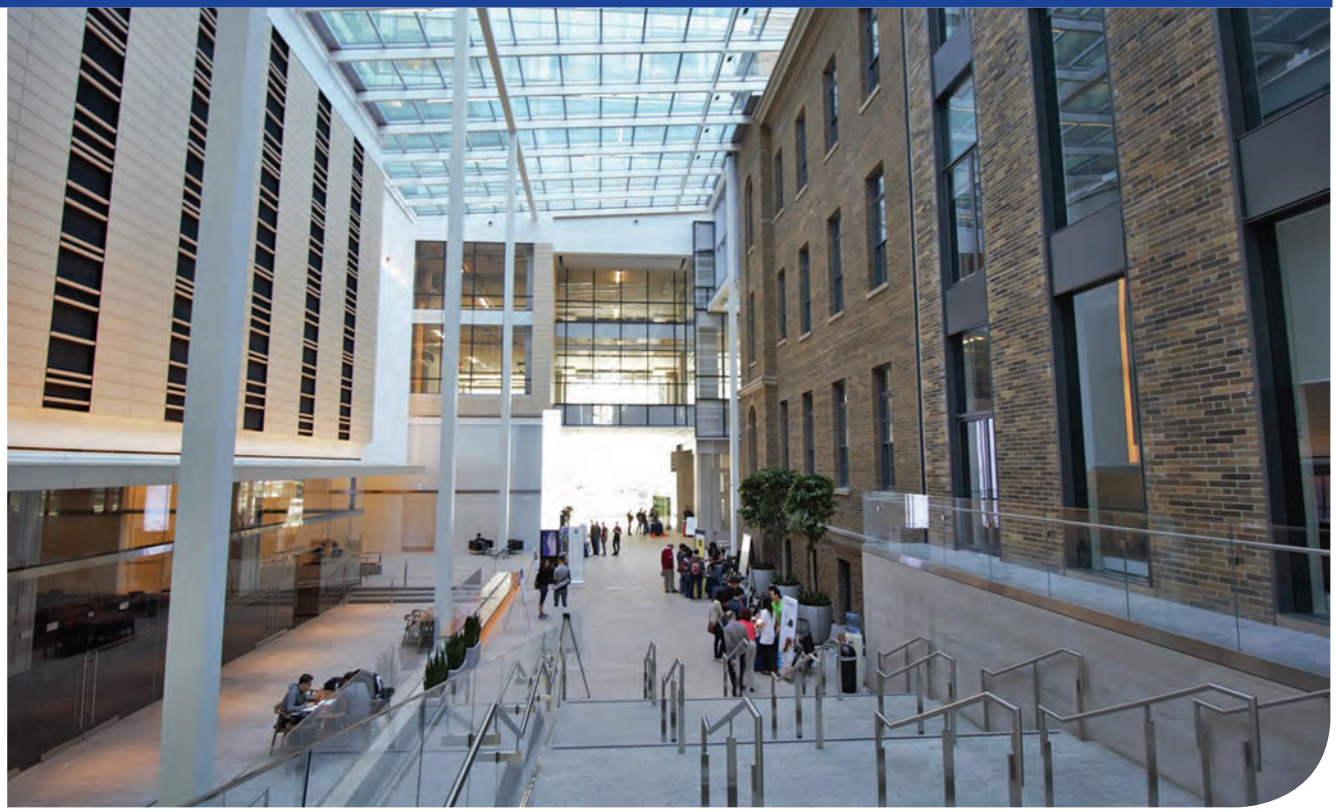
Esse novo instituto está localizado no distrito Mars Discovery, onde existe um grupo de edifícios no centro de Toronto, controlado por uma parceria público-privada. Ele abriga muitas *start-ups* de tecnologia, incluindo algumas empresas com foco em IA. Grandes empresas multinacionais estão investindo em IA, como é o caso da General Motors (GM), que está instalando um centro de pesquisa e engenharia de automóveis em Toronto. Por seu turno, a Thomson Reuters anunciou recentemente que também irá abrir um centro de "**computação cognitiva**" em Toronto para pesquisar novas maneiras de os profissionais usarem tecnologias e informação no auxílio à tomada de decisões.

Pois é, a formação de empresas que trabalham com IA tornou-se um imperativo econômico para o Canadá. E isso porque a indústria de tecnologia canadense estagnou nos últimos anos: a Nortel, por exemplo, grande fabricante do setor de telecomunicações, declarou falência em 2009 e foi decaindo nos anos seguinte; por sua vez, o ex-líder de mercado, Black Berry, também acabou desaparecendo no mercado de *smartphones*.

Bem, há claras evidências de que o Canadá não quer se atrasar no campo da IA. Mas, e o que dizer do Brasil? Quando é que começaremos a, pelo menos, incluir nos cursos técnicos de nossas instituições de ensino superior (IESs) disciplinas realmente voltadas para IA, robótica, Internet das Coisas, ou seja, para a **indústria 4.0**?

Grandes empresas multinacionais estão investindo em IA, como é o caso da General Motors (GM), que está instalando um **centro de pesquisa e engenharia de automóveis** em Toronto.

As instalações do MaRS!!!



CANNES LIONS CADA VEZ MAIS VOLTADA PARA A **ECONOMIA CRIATIVA!!!**

O Festival Internacional de Criatividade, também conhecido como *Cannes Lions, é* o principal evento mundial para os profissionais da indústria da comunicação voltados especificamente para as áreas de publicidade e propaganda (P&P). Criado em 1954, ele acontece todos os anos em Cannes, na França, e engloba o *Lions Health*, o *Lions Innovation* e o *Lions Entertainment*.

Famoso por outorgar os mais importantes prêmios internacionais de publicidade do planeta – mais de 40 mil trabalhos oriundos de todas as partes do mundo são exibidos e julgados durante esse festival –, ele é considerado o principal (e até o **único** [!?!?]) encontro verdadeiramente global dessa categoria. Durante os oito dias do evento acontecem *workshops* (oficinas), exposições, exibições, *master classes*, palestras e seminários, todos conduzidos por renomadas figuras da mídia e do mundo empresarial.

Em sua 64ª edição (que aconteceu entre os dias 17 e 24 de junho de 2017), o evento contou com mais de 15 mil participantes de cerca de 100 países. Nele foram oferecidas cerca de 50 conferências, que, por sua vez, foram ministradas por 450 expositores em 18 palcos diferentes.

Entre os palestrantes deve-se destacar, por exemplo, a presença de Adrien Koskas, gerente geral da L'Oréal Paris no Reino Unido. Vale lembrar que, em 2016, a partir do conceito "Porque todos valemos a pena", a L'Oréal Paris fez uma **mudança de posicionamento da marca** para destacar que, independentemente de origem, gênero, sexualidade ou crenças, as pessoas devem **manter sua autoestima todos os dias**!!!

Outro destaque foi a premiada atriz inglesa Helen Mirren, ganhadora de um Oscar, quatro Emmy, um Tony, três Globos de Ouro, quatro SAG Awards (prêmio do sindicato dos atores), quatro BAFTA (prêmio da Academia Britânica) e dois prémios de melhor atriz do Festival de Cinema de Cannes, que debateu sobre a **diversidade** na indústria da beleza. Também esteve presente nesse evento Suzanne Powers, executiva-chefe de estratégia global do McCann World Group, uma empresa de *marketing* global, que falou sobre a inclusão e a diversidade no P&P.

E nesses tempos de grandes preocupações com os rumos econômicos e políticos

do mundo, a primeira mulher diretora do Fundo Monetário Internacional (FMI), Christine Lagarde, contou de que maneira precisou se valer da criatividade para estimular o progresso e a transformação das pessoas em todo o mundo. Segundo ela, o pensamento inovador não deve apenas ajudar a economia global a crescer e prosperar, mas também capacitar mulheres jovens a pensarem de forma diferente para construir um amanhã melhor.

A entrada dos canais digitais na vida dos consumidores foi outro tema importante abordado no *Cannes Lions 2017*. Estatísticas mostram que mais de um bilhão de horas de conteúdo são vistas a cada dia no YouTube. Vale ressaltar que essa plataforma já se transformou num verdadeiro ecossistema de vídeos diversificados, e é constantemente alimentada por criadores, artistas de música e marcas. Hoje, centenas de milhares de pessoas no mundo se utilizam do YouTube para ganhar a vida e sobreviver de maneira digna.

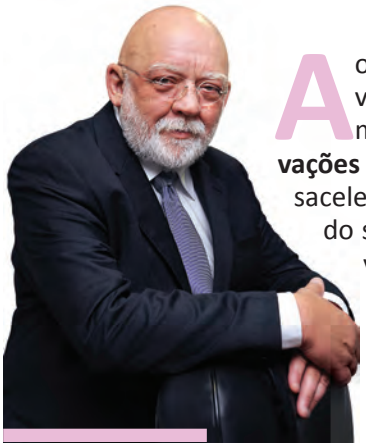
No evento, a diretora global de conteúdo da empresa, Susanne Daniels, "revelou" a estratégia usada pela companhia para destacar não apenas o **talento dos novos criadores**, mas também de celebridades já consagradas. Em sua exposição, ela contou com a ajuda da cantora Demi Lovato e de Kevin Allocca, chefe de cultura e tendências do YouTube. Este último, apresentou as últimas tendências globais impulsionadas pelos telespectadores ao redor do mundo.

Outra celebridade que dividiu a sua visão com os participantes do *Cannes Lions 2017* foi a atriz norte-americana Halle Berry, estrela da franquia *X-Men*. Ao lado de Raja Rajamannar, diretor de *marketing* da Mastercard, e de Michael Roth, presidente e CEO (diretor executivo) da IPG (Interpublic Group, uma empresa de soluções de *marketing*), ela debateu o uso de plataformas emergentes e novas tecnologias para conectar fãs globais e gerar interações e experiências personalizadas.

Em tempo, o Brasil conseguiu aumentar em 10% o total de **Leões** angariados na edição de 2017 do *Cannes Lions*, com as agências brasileiras conquistando 99 prêmios, ante os 90 recebidos em 2016.

A premiada atriz inglesa Helen Mirren na sua participação no *Cannes Lions.*

A TECNOLOGIA TEM AJUDADO A DIMINUIR OS **CUSTOS DOS HOSPITAIS E DOS CUIDADOS COM A SAÚDE**



Por Eudes de Freitas Aquino, ex-presidente da Unimed do Brasil. Presidente da Fundação Unimed.

Ao permitir a detecção precoce de várias doenças e, desse modo, um melhor controle sobre elas, as **inovações médicas** têm contribuído para desacelerar o ritmo no aumento dos custos do sistema de saúde. A ideia é promover a prevenção em relação a elas, desenvolvendo tratamentos que reduzam ou até eliminem a necessidade de hospitalização. Neste sentido, as **tecnologias inovadoras** que podem ser aplicadas ao campo da saúde estão se proliferando de um modo cada vez mais intenso.

Não se deve, portanto, encarar uma nova **tecnologia** como um problema, mas como uma incrível solução!!! Ela representa um elemento essencial capaz de promover o **equilíbrio** e a **sustentabilidade** de um **sistema de saúde**, ajudando significativamente a salvar vidas, prolongar e, com frequência, melhorar a qualidade de vida das pessoas, contribuindo para sua **longevidade**.

Todavia, vivenciamos no Brasil um período caótico, em que parece persistir a falta de transparência nas análises que visam incorporar novos procedimentos (tanto no sistema público quando privado). Teríamos de levar em conta o custo-benefício e não apenas o preço de novas ferramentas em relação às tecnologias já existentes.

Lamentavelmente, vivemos num País em que se privilegia a solicitação excessiva e desnecessária de exames. De acordo com um estudo recente da empresa de consultoria Pricewaterhouse Cooper (PwC), até 2017 o uso de tecnologias móveis seria capaz de poupar cerca de 9 milhões de **dias de consulta e atividade** inúteis no Brasil, o que também reduziria em 30% o tempo gasto com o acesso e a atualização de informações sobre pacien-

tes. Essa prática poderia representar uma economia global de US$ 15 bilhões.

Ai vão dois exemplos de como a Unimed tem utilizado a Internet para promover uma melhoria na qualidade da gestão e dos serviços oferecidos aos seus clientes.

O primeiro vem da Unimed Londrina, que nesses últimos anos estabeleceu uma estratégia bem definida que lhe possibilitaria melhorar continuamente muitos de seus processos de trabalho, com a utilização de plataformas digitais. Isso levou à automação de vários processos específicos ao setor da saúde, como, por exemplo: a solicitação de informações gerenciais (um processo que diz respeito à gestão de irregularidades médicas, como o consumo inadequado de medicamentos; o uso indevido do plano de saúde etc.); o pedido de pagamento; a inclusão em treinamentos, etc. Isso permitiu uma grande economia de tempo e de custos.

Na Unimed Ribeirão Preto, por sua vez, usou-se a inteligência para poder **padronizar** as ações administrativas e fornecer uma base de informação estratégica que subsidiasse as ações econômicas, financeiras e assistenciais das operadoras de planos privados. Esse é o objetivo do padrão TISS (Troca de Informações na Saúde Suplementar), que foi estabelecido pela ANS (Agência Nacional de Saúde Suplementar). Esse padrão assegura a interoperabilidade entre os sistemas de informação em saúde e já foi implantado em muitas outras instituições voltadas para a saúde no País.

Claro que para se adequar ao padrão TISS da ANS a Unimed Ribeirão Preto contratou os serviços de uma empresa de consultoria. Esta, por sua vez, desenvolveu um trabalho no sentido de integrar os diversos sistemas intrínsecos à própria Unimed Ribeirão Preto com os de seus parceiros. Com isso, disponibilizou-se uma interface cênica para a rede de prestadores e cooperados.

Vale ressaltar que as vantagens na adoção da ferramenta que garantiu essa interoperabilidade entre os diferentes sistemas foram muito além da conformidade com as normas da ANS. A aplicação da TISS também trouxe ganhos essenciais no que se refere à eficiência operacional e, além disso, promoveu maior transparência na relação entre a operadora e o mercado, o que obviamente criou uma boa imagem e melhorou a reputação da empresa!!!

Diversos hospitais do Brasil já estão começando a usar computadores que se utilizam de um sistema capaz de recomendar aos seus usuários (os médicos) as melhores opções terapêuticas para cada caso, com base na análise de um banco de dados (*big data*) com milhões de evidências científicas – e tudo isso em poucos segundos. Esse sistema é denominado Watson, da IBM, e funciona da seguinte maneira: o médico introduz os dados clínicos do paciente, como sexo, idade, tipo de tumor, estágio da doença e resultados dos exames. Então, quase instantaneamente o profissional recebe uma lista com os tratamentos mais recomendados para o caso.

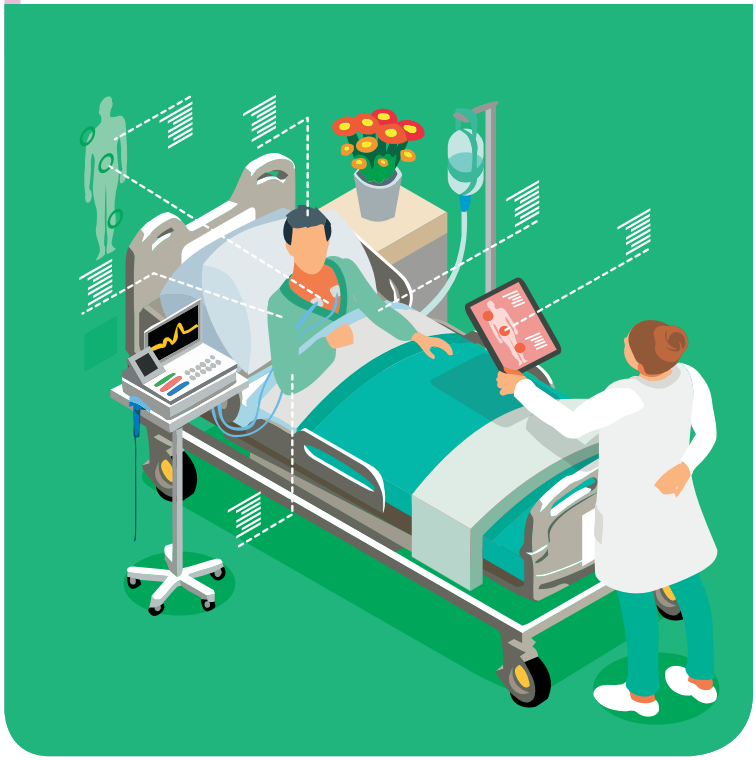
Na realidade, a plataforma Watson **não tem como objetivo substituir o médico**, mas empoderá-lo, trazendo-lhe evidências científicas já certificadas por uma curadoria de especialistas internacionais quanto às constatações obtidas dos estudos mais recentes sobre uma doença, de forma que ele possa, aí sim, tomar a melhor decisão para o caso específico apresentado. Segundo especialistas da IBM Watson Health, o equipamento em questão consegue consultar em poucos segundos até 15 milhões

Na realidade, a plataforma Watson **não tem como objetivo substituir o médico**, mas empoderá-lo, trazendo-lhe evidências científicas já certificadas por uma curadoria de especialistas internacionais quanto às constatações obtidas dos estados mais recentes sobre uma doença, de forma que ele possa, aí sim, tomar a melhor decisão para o caso específico apresentado.

de conteúdos científicos, incluindo centenas de textos e artigos médicos específicos para cada caso.

Por exemplo, no início do 2º semestre de 2017, essa tecnologia Watson podia ser utilizada com eficiência para sete tipos de câncer. Todavia, a IBM prometeu que até o início de 2018 essa abrangência alcançaria 18 tipos da doença. Sem dúvida, essa plataforma é uma ferramenta extra que permite aos médicos não apenas seguir a melhor opção, individualizando o tratamento, mas também obter mais sucesso diante de casos conflitantes.

Entre os novos avanços da tecnologia, está o conceito de *Internet of the Things* ("Internet das Coisas"), ou simplesmente, *IoT*, uma ferramenta que permite a comunicação entre máquinas ou equipamentos (!!!), transformando-os de dispositivos simples em inteligentes. Essa tecnologia tem se propagado e abrangido todos os aspectos da vida das pessoas, inclusive os serviços de saúde, onde os benefícios parecem promissores. Dessa maneira, os *wearable devices* ("dispositivos 'vestíveis'") e os aparelhos de monitorização, especialmente para pacientes crônicos, estão proliferando entre as pessoas e ganhando cada vez mais adeptos, em especial entre os profissionais da saúde (corpo médico).



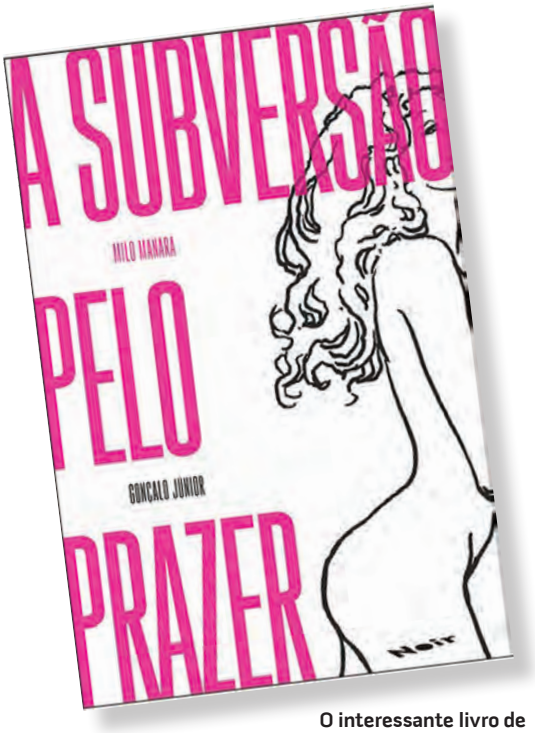
E por isso que muitos hospitais dos Estados Unidos da América (EUA) já estão utilizando essa tecnologia com a finalidade de administrar certas condições que imperam dentro de suas dependências, tais como o controle de temperatura e umidade em salas de operação. De fato, diversos hospitais brasileiros já estão dando os primeiros passos e, através da *IoT,* estão procurando melhorar a eficiência, a *performance* e a segurança em vários fluxos de saúde.

Porém, toda tecnologia para ser promissora deve ser acessível e sustentável. E isso sem dúvida se aplica à *IoT*, que vem trazendo grandes benefícios para as instituições de saúde – apesar de ainda existirem muitas lacunas a serem preenchidas, em especial no que se refere à segurança da informação. Todavia, é inegável que a sua adoção estabelecerá uma nova era no tratamento da informação em tempo real.

Vivemos um momento muito grave no Brasil. Se antes da crise econômica que se iniciou há uns três anos, 75% da população brasileira não tinha acesso a um convênio público, no início do 2º semestre de 2017 esse percentual chegou a 82%. O Sistema Único de Saúde (SUS) brasileiro é, sem dúvida, o maior sistema público de saúde do mundo, abrangendo desde um simples atendimento ambulatorial até o transplante de órgãos. Entretanto, ele não está conseguindo atender a população do País, pois parece que cuida mais da doença do que da saúde das pessoas, deixando grande parte da população brasileira sem atendimento, ou seja, a sós!!!

Justamente para amenizar esse problema é que os planos de saúde privados deveriam buscar **soluções criativas** que lhes possibilitassem uma redução de custos. Isso, por sua vez, permitiria que um número maior de pessoas voltasse para eles como associados. E uma estratégia para se chegar a essa condição é usar mais a **tecnologia** para baratear os processos envolvidos nos cuidados com a saúde.

UMA ANÁLISE DA OBRA DE **MILO MANARA**



O interessante livro de Gonçalo Júnior.

Em seu livro *A Subversão pelo Prazer*, o jornalista e escritor Gonçalo Júnior escolheu Milo Manara para apresentar sua biografia com uma narrativa diferente.

Vale ressaltar que Milo Manara é certamente um dos mais ousados e censurados quadrinistas entre todos que escolheram essa forma de arte para expressar o que estava ocorrendo no comportamento dos seres humanos. Inicialmente, Manara se tornou muito conhecido mundialmente pelos seus traços com características bem eróticas, que apresentavam mulheres com silhuetas deslumbrantes em histórias como *O Perfume do Invisível* (1986), *A Arte da Palmada* (1985) e *Click*, seu mais famoso trabalho. Em quatro volumes, publicados entre 1982 e 2001, a história conta as aventuras de uma mulher recatada que, graças a um aparelho, é transformada em uma **ninfomaníaca**!?!?

No livro, Gonçalo Júnior explicou que as principais influências de Milo Manara foram o pintor renascentista Paolo Veronese, de quem ele extraiu as angulações, os enquadramentos e toda a temática erótica. Também serviu de inspiração o quadrinista Hugo Pratt, que lhe deu o senso de aventura de suas histórias, e com quem trabalhou em *Verão Índio* (1983) e *El Gancho* (1992 a 1995) e o cineasta Federico Fellini, um parceiro de longa data em cujos delírios ele se inspirou muito!!!

Na realidade, Milo Manara é a redução do nome do desenhista italiano Maurílio Manara, que nasceu em Luson (Itália), em 13 de setembro de 1945 e estreou no mundo dos quadrinhos em 1969. Os quadrinhos de Manara geralmente giram em torno de mulheres elegantes e bonitas, expostas a cenários e enredos eróticos, improváveis e fantásticos.

O incrível e talentoso Milo Manara!!!

Muitos dos seus quadrinhos contêm temas como *bondage*, sadismo e voyeurismo, coisas sobrenaturais e a tensão sexual sob diversos aspectos da sociedade italiana. O que é curioso é que Milo Manara é menos popular na Itália do que em outros países da Europa, como a França, ou do público do continente americano!!!

O autor Gonçalo Júnior comentou: "No livro, procurei apresentar o mapeamento da obra de Milo Manara e, paralelamente, contar a vida dele, seu engajamento político no movimento estudantil, mostrando o quanto ele foi coerente, porque até hoje ele é um **contestador**.

Assim, para mim não se deve encarar as mulheres como objetos. Pelo contrário, é preciso notar que elas trazem em si um discurso de feminismo libertário, em que controlam as situações, os relacionamentos e o uso dos próprios desejos e do seu corpo. Para mim, essa posição de poder reflete claramente a liberação sexual que veio com o surgimento da pílula anticoncepcional, nos anos 1960, que alterou dois mil anos de história do papel da mulher no sexo..., no sexo por prazer, que desejam especificamente o orgasmo."

Bem, quem quiser se aprofundar na arte erótica, não pode deixar de ler o que Gonçalo Júnior contou em seu livro *A Subversão pelo Prazer*!!!

WECHAT EXPANDE-SE, OFERECENDO NOVOS SERVIÇOS

Contando com cerca de **945 milhões de usuários**, o *WeChat* – propriedade da gigante empresa chinesa Tencent – não é apenas o principal aplicativo de troca de mensagens do país. Ele também está se tornando um local para que os usuários façam de tudo: de leitura de notícias a reserva de táxis. De acordo com a proprietária, 50% seus usuários investem mais de 90 min por dia nesse aplicativo (*app*).

Num grande aglomerado de prédios industriais localizados em Mao, na China, cerca de 1.500 desenvolvedores estão envolvidos na tarefa de aumentar mais ainda o envolvimento de seus usuários. Isso ocorreria pela inclusão de novos "mini-aplicativos" no *WeChat*, que funcionarão de forma semelhante a muitos *apps* convencionais!?!? No entanto, no lugar de baixá-los no celular na loja de *apps* do Google ou da Apple, o usuário terá acesso a eles por meio da plataforma de mensagens.

Assim, no lugar de usar diversos aplicativos diferentes, os usuários poderão usar o *WeChat* para pedir comida em restaurantes, por exemplo. O objetivo do *WeChat* está bem claro: **espalhar seus tentáculos em praticamente todos os aspectos da vida chinesa**!!! Isso mostra de forma clara a tendência na China de provocar a redução na busca de aplicativos para *iOS* e *Android*, que precisam ser baixados.

Tudo indica que programas como *WeChat*, que acumulam várias aplicações em um único serviço, irão crescer muito. Porém, deve-se ressaltar que por enquanto a adoção dos novos "miniprogramas" tem sido lenta na China. Assim, as necessidades mais frequentes, como **entretenimento** e **comércio eletrônico**, ainda serão atendidas por aplicativos específicos.

O que será que vai acontecer daqui a seis meses? Difícil para responder, pois vivemos numa época em o ano anterior é **passado**, dois anos atrás é um **passado antigo** e o que aconteceu há cerca de cinco anos parece estar na **antiguidade**, não é mesmo?

SUPEROU A TV PAGA DOS EUA EM NÚMERO DE ASSINANTES!!!

O presidente da Netflix, Reed Hastings participando de uma conferência em 2017.

Um levantamento realizado nos Estados Unidos da América (EUA) pela empresa de consultoria Leichtman Research, concluído no fim do 1º trimestre de 2017, mostrou que o serviço de *streaming* de vídeo Netflix superou a TV a cabo em número total de assinantes no país. Ou seja, enquanto a Netflix atingiu 50,85 milhões de usuários no país, o total de assinantes dos serviços de TV a cabo caiu para 48,61 milhões. Essa inversão do mercado é uma tendência já constatada há alguns anos. Nota-se claramente que os grandes grupos de canais de TV à cabo vem perdendo assinantes, enquanto a Netflix segue uma trajetória de crescimento.

Por outro lado, a partir de um estudo do *site Statista*, concluiu-se que: "A Netflix não está 'roubando' os usuários das TVs por assinatura, ou fazendo com que eles 'roam a corda' com as TVs a cabo (como se costuma dizer desses clientes). Na verdade, é a própria base de usuários da Netflix que vem crescendo." Tem se concretizado cada vez mais a previsão do presidente executivo e fundador da Netflix, Reed Hastings, que afirmou: "Em 20 anos, 90% dos vídeos serão transmitidos pela Internet." E não se pode esquecer que nos EUA existem outros serviços de *streaming* bem populares, como o Amazon Prime Video e o Hulu.

Voltando à Netflix, no fim de julho de 2017, apesar do aumento no preço da mensalidade em alguns de seus planos (principalmente os mais caros, a empresa alcançou cerca de 104 milhões de assinantes no mundo todo. Esse número foi bastante influenciado (e deve melhorar ainda mais) por séries de sua própria produção, como a icônica e cada vez mais vista *House of Cards*, cuja 5ª temporada foi um enorme sucesso (podendo, inclusive, gerar a 6ª em 2018).

O enredo apresenta o casal presidencial formado por Frank Underwood (interpretado por Kevin Spacey), que nessa temporada se revelou mais velho, mais grisalho, mais gordo e cada vez mais canalha; e Claire (protagonizada por Robin Wright), cujo moto foi: **"Agora é a minha vez!!!"** Embora ela também tenha sofrido com a passagem do tempo, continua linda, cada vez poderosa e mais cruel (ela envenenou seu próprio amante enquanto fazia sexo...).

O fato é que, de um modo geral, as pessoas estão assistindo cada vez mais vídeos. De acordo com o Google, a cada dia mais de 1 bilhão de horas de vídeo são assistidas no YouTube no mundo todo. É como se todos os 7,5 bilhões de habitantes de Terra **tivessem uma cota diária de 8 min** de vídeos no serviço. Todavia, se nessa estatística fossem considerados apenas os conectados – algo próximo de 3,4 bilhões de pessoas, de acordo com a União Internacional de Telecomunicações – essa taxa saltaria para **17 min de vídeo por dia**.

O serviço de *streaming* Netflix exibe séries e filmes equivalentes a **116 milhões de horas todos os dias**, enquanto a ferramenta de **vídeo ao vivo** registra o consumo de mais de **100 milhões de horas de vídeo diárias**. Como se pode notar, as métricas apresentadas pelas três empresas mostram o potencial da Internet para o consumo de vídeos e, com isso, a nossa relação com a TV na próxima década pode e deve mudar profundamente!!!

Não é só Paris e a torre Eiffel que atraem turistas para a França.

UM FILME QUE EXALTA O **TURISMO!!!**

A comédia romântica *Paris Pode Esperar*, de Eleanor Coppola, é a exaltação ao turismo vivencial – aquele que traz muito **conforto** ao **corpo** e à **alma**!!! Veja que história curiosa se conta nesse filme!?!?

Ela começa no fim de mais um Festival de Cannes, sem dúvida o mais badalado evento cinematográfico do mundo. Michael (interpretado por Alec Baldwin) é um produtor superpreocupado com o seu trabalho, que não tem muito tempo para conviver com a sua esposa, Anne (protagonizada por Diane Lane), que o acompanha nessa viagem de trabalho. Sempre com pressa, Michael planeja a volta para Paris num jatinho particular, porém, Anne não pode ir com ele. Com uma forte dor de ouvido, ela é desaconselhada pelo médico a viajar de avião.

Diante do problema, quem se oferece para levá-la de carro até Paris é o sócio de Michael, o francês Jacques Clément (com Arnaud Viard no papel)!?!? Assim tem início uma longa e agradável viagem da Riviera Francesa a Paris, um trajeto que leva normalmente umas sete horas pelas boas estradas francesas. A partir daí, apesar de Anne querer chegar à capital francesa o mais rápido possível, Jacques faz de tudo para interromper o trajeto com os mais variados pretextos: mostrar-lhe um museu, uma pequena igreja encantadora, um restaurante especial com pratos incríveis e que poucos conhecem, e assim por diante. Ou seja, preciosidades que existem na França espalhadas por várias partes do país e, particularmente, próximas de suas rodovias.

No início, Anne se mostra bastante estressada, enquanto Jacques se revela um tremendo *gourmet*. Ele é sem dúvida um indivíduo bastante sedutor, ao volante de um antigo carro charmoso, fabricado na

década de 1960, que não possui GPS e nunca precisou ser consertado.

O fato é que no decorrer dessa vigem aparecem várias cidades pequenas, tranquilas, bonitas e discretas. São locais tipicamente franceses e dotados de ótima gastronomia!!! Neles há sempre um museu a ser visitado e alguma paisagem inesperada, além das delícias locais a serem degustadas, dos queijos saborosas e do bom vinho regional.

O fato é que a gastronomia vai se unindo à fruição visual e ao insuperável prazer de uma conversa a dois, entre um homem e uma mulher. Juntos eles vão se descobrindo aos poucos e dando início a um possível relacionamento. Mas é aí que surgem alguns dilemas. Apesar de estar acostumado a cortejar mulheres, Jacques tem uma grande consideração pelo sócio e amigo (!?!?). Anne, por sua vez, embora se sinta negligenciada por Michael – um incorrigível *workaholic* ("viciado em trabalho"), ainda ama o marido e deseja continuar ao lado dele – num estilo de vida diferente, é bem verdade.

É nessa atmosfera de sedução e ambivalência da atração mútua que se desenvolve todo esse flerte entre duas pessoas adultas. Caberá ao (à) leitor(a) da *Criática* assistir ao filme e conferir por si mesmo como tudo isso irá terminar!?!? Sem dúvida, *Paris Pode Esperar* é um filme bastante imagético, que explora muito bem as paisagens francesas, os ambientes fechados dos pequenos restaurantes, dos hotéis de estrada, e de um ou outro museu visto por dentro. Essa é com certeza uma película que faz com que muita gente (não só casais tentando enveredar para um romance) de outros países do mundo), queira visitar a França para desfrutar alguns dias de uma vivência inesquecível.

O que *Paris Pode Esperar* nos ensina é que precisamos viver com mais calma, afeto e prazer. E apesar de tudo isso parecer óbvio, pouca gente sabe praticá-lo de modo eficiente. É nesse sentido que esse tipo de turismo irá crescer cada vez mais, e não somente nas estradas francesas. Afinal, no Brasil também há roteiros espetaculares, em particular nos Estados do sul, que, assim como a França, também possuem boas estradas!!!

O filme *Paris pode Esperar*, um chamariz para que as pessoas queiram visitar a França.

CHRISTIAN BERTRAND / SHUTTERSTOCK.COM

As pessoas se divertindo no Sonar Festival em Barcelona, em junho de 2016 com o *PlayStation 4* da Sony.

SONY RECUPERA SUA FORÇA ECONÔMICA PRINCIPALMENTE POR CAUSA DOS ***VIDEOGAMES***

Muito antes de o *iPhone* ou o *Galaxy* terem sido inventados, no fim da década de 1980 e início dos anos 1990, a febre principalmente entre os jovens foi o *Walkman*, um tocador portátil de fitas cassete inventado pela Sony, que posteriormente ganharia versões compatíveis com CD (*compact disc*) e MP3.

A Sony foi fundada no Japão em 1946, por Masaru Ibuka. A empresa se chamava Tokyo Telecomunications Engineering Corporation e tinha na época apenas 20 empregados. A empresa, que também foi a pioneira no desenvolvimento de televisores em cores, só passou a se chamar Sony em 1958, depois que os seus engenheiros construíram um dos primeiros rádios eletrônicos portáteis, um produto que se transformaria num grande sucesso comercial.

Após a abertura de capital na Bolsa de Nova York, em 1970, a empresa continuou na sua trajetória de crescimento por décadas, atingindo uma posição máxima em outubro de 1999, quando suas ações foram negociadas por **US$ 142**. Tudo isso se deveu principalmente ao período em que a Sony foi comandada por Akio Morita, que se tornou uma referência como líder industrial, a ser imitado e seguido em suas estratégias, em especial no modo como desenvolveu o *marketing* da empresa.

> O objetivo é fazer com que esses **games** sejam cada vez mais atraentes e emocionantes para os que se divertem com eles.

Porém, com o avanço de tocadores de MP3 como o *iPod*, por exemplo, o *Walkman* praticamente desapareceu e a própria Sony entrou em declínio... De fato, a empresa perdeu sua força com o surgimento de competidores que apresentaram novas categorias de produtos. Em seu pior momento, em 2012, as ações da companhia

A Sony já está convencida de que obteve muito sucesso com os **gamers** (jogadores) e vai continuar investindo seus esforços no sentido de **estimular e apoiar os desenvolvedores de conteúdo.**

japonesa chegaram a ser negociadas por **US$ 11,20**.

Certamente, pode-se dizer que a recuperação começou efetivamente depois que Kazuo Hirai assumiu o cargo de presidente executivo em 2012, e iniciou a reorganização da empresa. Aos solavancos, e após um certo tempo, ele conseguiu recuperar a confiança dos investidores na empresa, o que fez com que o valor de mercado da Sony alcançasse em maio de 2017 a cifra de US$ 44,3 bilhões!!!

E o que é mais otimista, a empresa espera alcançar uma receita de US$ 4,5 bilhões em março de 2018, quando termina seu ano fiscal. Esse valor é bem próximo ao recorde da receita obtida pela Sony em 1968.

As mudanças promovidas na empresa acabaram também influenciando os seus clientes, pois a Sony voltou a aparecer como uma das marcas mais amadas no mercado. Aliás, de acordo com o The Lowe Index, uma pesquisa de mercado feita pela Accenture Interactive e divulgado em novembro de 2016, a Sony figurou como **a quinta marca mais amada** nos Estados Unidos da América (EUA), à frente de empresas como Google, Facebook etc.

No Brasil, ela está em sexto lugar, à frente da Microsoft, LG etc. Isso provavelmente aconteceu porque a Sony ficou em nichos para voltar a crescer naquilo que ela realmente faz bem e, no momento, pode-se dizer que ela **venceu a guerra dos *videogames*** contra a Microsoft e a Nintendo. De acordo com o balanço do ano fiscal de 2017, encerrado em março de 2017, cerca de 22% da receita da empresa veio dos *games*. Aliás, nesse período, a Sony vendeu 6,3% mais consoles, e desde o lançamento de um *PlayStation4*, em 2013, até junho de 2017 ela comercializou cerca de 57 milhões de unidades.

Esses bons resultados é que estão capacitando a Sony a investir em novas tecnologias, que deverão transformar muito os *games* nos próximos anos. Esse é o caso da realidade virtual, sendo que os óculos *Play Station VR* são um ótimo exemplo disso. A Sony já está convencida de que obteve muito sucesso com os *gamers* (jogadores) e vai continuar investindo seus esforços no sentido de estimular e apoiar os desenvolvedores de conteúdo. O objetivo é fazer com que esses *games* sejam cada vez mais atraentes e emocionantes para os que se divertem com eles.

Apenas uma ressalva, não se pode deixar de citar que a Sony também fabrica excelentes aparelhos de televisão. Esse nicho, aliás, representa o segundo item em termos de participação na receita do grupo – algo como 14% do total –, e vem crescendo em 2017...

Que bom que o Sony voltou a sentir-se saudável financeiramente e apta a apresentar muitas inovações no mercado de eletrônica e no setor de *videogames*, não é mesmo?

Kazuo Hirai, o presidente da Sony, que de fato está recuperando a força da empresa.

CRIÁTICA
TUDO SOBRE ECONOMIA CRIATIVA
Se você gostou do conteúdo da revista e gostaria de anunciar seu produto, entre em contato conosco.
REVISTA CRIÁTICA
criatica@dvseditora.com.br
(11) 3833 8870

Elisângela Rosa, 43 anos.
Aponte seu leitor QR Code e veja o que a Elisângela tem para contar.
Meia hora antes de dormir
a gente desliga o telefone
e liga a imaginação.
Conheça o mude1hábito, um movimento para colocar mais saúde em seu dia a dia. Aqui você encontra ferramentas simples para mudar e ouve histórias de pessoas reais, iguais a você, que quiseram viver melhor e conseguiram.
Mudar um hábito muda uma vida. Veja por onde começar em mude1habito.com.br.
CUIDAR DE VOCÊ. ESSE É O PLANO.
Unimed
O mundo dos dinossauros
MUDE1HÁBITO

TRABALHAMOS PARA CRIAR COMUNIDADES ONDE AS PESSOAS TÊM ORGULHO DE VIVER

Quando planejamos um bairro ou uma cidade pensamos nas pessoas que vão morar ali. Pensamos no seu tempo, na sua mobilidade, no seu espaço de lazer. Pensamos nas suas oportunidades de trabalho e entretenimento, na sua segurança, no seu conforto em um espaço urbano saudável e visualmente agradável. Pensamos na valorização do seu patrimônio. Com 59 anos de atividades, nós nos especializamos em criar espaços urbanos planejados e sustentáveis que geram dividendos econômicos, sociais e ambientais, e onde as pessoas têm orgulho de viver.

SOBLOCO
DESDE 1958
EMPRESA DE DESENVOLVIMENTO URBANO